

**EVALUASI *USER EXPERIENCE* MENGGUNAKAN *MECUE*
QUESTIONNAIRE (STUDI KASUS PADA APLIKASI TRAVELOKA
DAN PEGIPEGI)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh:

Ricco Anjasmara Putra Pratama Hadi

NIM: 145150407111038



PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2018

PENGESAHAN

EVALUASI USER EXPERIENCE MENGGUNAKAN MECUE QUESTIONNAIRE (STUDI KASUS PADA APLIKASI TRAVELOKA DAN PEGIPEGI

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun Oleh :
Ricco Anjasmara Putra Pratama Hadi
NIM: 145150407111038

Skripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada
20 Desember 2018

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I



Hanifah Muslimah Az – Zahra, S.Sn., M.Ds.
NIK: 2016078908112001

Dosen Pembimbing II



Satrio Hadi Wijoyo, S.Si., S.Pd., M.Kom
NIK: 2016098909101001

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi



Herman Lolle, Dr. Eng., S.T., M.T.
NIK: 19740823 200012 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 20 Desember 2018



Ricco Anjasmara Putra Pratama Hadi

NIM: 145150407111038

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah SWT yang hanya dengan rahmat Nya lah saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam juga senantiasa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi yang berjudul “Evaluasi *User Experience* Menggunakan metode *Mecue Questionnaire* Pada Aplikasi Traveloka dan Pegipegi” telah selesai dan tentu memiliki kekurangan. Namun, skripsi ini telah ditulis dengan semaksimal mungkin dengan bantuan dari berbagai pihak untuk dapat menjadi syarat gelar sarjana komputer di Fakultas Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi Universitas Brawijaya.

Dalam kesempatan ini penulis juga sangat berterimakasih kepada berbagai pihak yang terlibat karena telah membantu memberikan doa, ide, dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis haturkan terima kasih kepada:

1. Wayan Firdaus Mahmudy, S.Si M.T, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
2. Dr. Eng., Herman Tolle, S.T., M.T selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi Universitas Brawijaya.
3. Yusi Tyroni Mursityo, S.Kom., M.AB. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Brawijaya.
4. Hanifah Muslimah Az – Zahra, S.Sn., M.Ds. selaku pembimbing satu yang senantiasa membimbing, memberi masukan dan banyak pelajaran, serta saran sehingga penulisan skripsi ini selesai.
5. Mochamad Chandra Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku pembimbing dua pertama yang telah membimbing serta memberi masukan dan motivasi selama satu semester pertama.
6. Satrio Hadi Wijoyo, S.Si., S.Pd., M.Kom. selaku pembimbing dua yang telah mengarahkan, memberi semangat agar skripsi ini cepat selesai serta menjawab pertanyaan yang penulis kurang pahami.
7. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan do’a dukungan serta biayanya agar anaknya dapat lulus, serta menyelesaikan skripsi ini. Ayah Hadi Kuncoro dan Mama Puji Astutik yang tak henti hentinya memberikan do’a semangat serta dorongan agar menyelesaikan skripsi ini serta adik yang sedang berjuang menempuh sekolah Raja Luhur Sakti yang selalu menyambut dan menyemangati saya di rumah. Terimakasih banyak.
8. Teman teman saya di kampus yang tidak ada hentinya membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini Raka Irvaldo, Daniel Yoga, Khairu Rijalul, Nicco Gumaissa, Amru Nizzar, Ahmad Marzuki, Enok Setiyawan, seperti menyediakan wifi di rumahnya, menemani ngopi dalam mengerjakan skripsi ini serta memberikan saran dan dukungannya. Trimakasih atas dukungan serta bantuannya.

9. Teman teman lain kampus yang selalu mendukung mendengarkan keluhan penulis selama mengerjakan skripsi ini khususnya Adnan Ramadhan, Hangga Ikhwani, Ahmad Arsyadillah yang mendukung dari jauh.
10. Teman teman yang mendukung proses pengerjaan skripsi ini yang telah bersedia menjadi koresponden khususnya Keluarga Pusat Studi Peradaban Universitas Brawijaya, serta teman teman lain yang tidak dapat penulis tulis namanya satu satu. Trimakasih banyak.

Penulis mengetahui bahwa masih banyak kekurangan yang ada pada penulisan skripsi ini dikarenakan penulis baru pertama kali menyusun skripsi, tetapi penulis sudah berusaha untuk memberikan yang terbaik, kritik dan saran akan sangat berguna untuk penulis dan semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada pembacanya. Terakhir semoga kebaikan yang telah diberikan ke penulis akan dibalas oleh Allah SWT, dan semoga kita semua di lindungi oleh Allah SWT dimanapun dan kapanpun kita berada. Amin.

Malang, 20 Desember 2018

Penulis

ricco.a.putra@gmail.com

ABSTRAK

Pada era globalisasi ini pengguna telah dimudahkan dalam pembelian tiket transportasi. Pada bidang transportasi mulai muncul aplikasi yang mawadahi bidang tersebut untuk memudahkan layanan pada pengguna. Layanan yang ditawarkan dalam bidang transportasi salah satunya adalah aplikasi *e-commerce* tiket *online*. Aplikasi tersebut menerapkan layanan berbasis *mobile* yang disebut aplikasi *mobile-ticketing (m-ticketing)*. Aplikasi *mobile-ticketing* merupakan suatu trobosan dari instansi transportasi maupun *e-commerce* untuk memudahkan pengguna dalam melakukan akses transaksi pembelian tiket tanpa harus datang ke tempat pelayanan tiket. Salah satu aplikasi berbasis *mobile-ticketing* yang muncul adalah aplikasi Traveloka dan Pegipegi. Dengan banyaknya pengguna yang tertarik untuk menggunakan mobile ticketing saat ini. Aplikasi yang menyediakan layanan tersebut dituntut untuk memberikan pelayanan terbaiknya kepada pengguna dari banyak aspek. Salah satu aspeknya adalah user experience, aspek user experience harus diperhatikan oleh pengembang sehingga dapat memberikan pengalaman yang baik kepada pengguna. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi aplikasi dari Traveloka dan Pegipegi menggnakan metode kuesioner meCUE. Sebelum dilakukan pengujian tersebut kuesioner yang berasal dari bahasa jerman itu harus diterjemahkan ke bahasa Indonesia. Dalam penelitian sebelumnya kuesioner ini telah dikembangkan dan divalidasi kedalam bahasa inggris oleh Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner. Agar mendapatkan hasil penerjemahan kuesioner meCUE kedalam bahasa indonesia yang valid, kuesioner ini diuji validitas dan reliabilitasnya oleh para ahli, penilaian ahli dan perhitungan uji validitas dan reliabilitas. Acauan yang digunakan adalah nilai r tabel yang akan dibandingkan dengan nilai r hitung untuk menentukan nilai validitas dari tiap pernyataan. Unutk pengujian reliabilitas nilai 0.70 dijadikan acuan dalam penelitian ini. Oleh karena itu apabila nilai alpha Cronbach <0.70 maka pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel. Setelah didiapatkan hasil yang valid dan reliabel, kuesioner disebarkan kepada 60 responden yang memenuhi kriteria, yaitu pernah menggunakan aplikasi Traveloka dan Pegipegi atau yang sering menggunakan kedua aplikasi tersebut. Penelitian ini menghasilkan nilai rata-rata tertinggi untuk Traveloka adalah 5,90 (*usefulness*), dan nilai rata-rata terendah 2,49 (*negative emotions*), pada aplikasi Pegipegi nilai rata-rata tertinggi adalah 5,08 (*usefulness*), dan nilai rata-rata terendah 2,48 (*negative emotions*). Rata–rata untuk nilai keseluruhan adalah 5,8 untuk Traveloka dan 4,5 untuk Pegipegi.

Kata kunci: *user experience*, aplikasi Traveloka, aplikasi Pegipegi, kuesioner meCUE, uji validitas dan reliabilitas

ABSTRACT

In this globalization era, users have been facilitated in purchasing transportation tickets. In the field of transportation applications began to emerge that accommodate these fields to facilitate service to users. Services offered in the field of transportation, one of which is an online e-commerce ticket application. The application implements a mobile-based service called the mobile-ticketing (m-ticketing) application. The mobile-ticketing application is a breakthrough from transportation agencies and e-commerce to make it easier for users to access ticket purchase transactions without having to come to the ticket service. One of the emerging mobile-ticketing based applications is the Traveloka and Pegipegi applications. With many users interested in using mobile ticketing at this time. Applications that provide these services are required to provide the best service to users from many aspects. One aspect is the user experience, the user experience aspect must be considered by the developer so that it can provide a good experience to the user. The purpose of this study was to evaluate the application of Traveloka and Pegipegi using the meCUE questionnaire method. Before the test, the questionnaire originating from the German language must be translated into Indonesian. In previous studies this questionnaire was developed and validated into English by Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner. In order to obtain valid translation results of the meCUE questionnaire into Indonesian, this questionnaire was tested for validity and reliability by experts, expert judgment and validity and reliability test calculations. The reference used is the r table value which will be compared with the r value calculated to determine the validity value of each statement. For reliability testing the value of 0.70 was used as a reference in this study. Therefore if the Cronbach alpha value is <0.70 , the statement on the questionnaire is declared unreliable. After obtaining valid and reliable results, the questionnaire was distributed to 60 respondents who met the criteria, namely having used Traveloka and Pegipegi applications or who often used both applications. This study produced the highest average value for Traveloka is 5.90 (usefulness), and the lowest average value of 2.49 (negative emotions), in the Pegipegi application the highest average value was 5.08 (usefulness), and the value the lowest average of 2.48 (negative emotions). The average for the overall score is 5.8 for Traveloka and 4.5 for Pegipegi.

Keyword: user experience, Traveloka, Pegipegi applications, meCUE questionnaire, validity and reliability testing

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat.....	5
1.5 Batasan masalah	5
1.6 Sistematika pembahasan	6
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN	8
2.1 Studi Literatur	8
2.2 Traveloka.....	12
2.3 Pegipegi.....	12
2.4 <i>Mecue Questionnaire</i>	12
2.5 <i>User Experience</i>	16
2.6 Evaluasi <i>User Experience (UX)</i>	17
2.7 Populasi dan Sampel	17
2.7.1 Populasi	17
2.7.2 Sampel.....	17
2.8 Teknik Sampling	17
2.8.1 Probability Sampling	18
2.8.2 Non-Probability Sampling	19
2.9 Data.....	20
2.9.1 Jenis Data	20

2.9.2 Teknik Pengumpulan Data	21
2.10 Skala Pengukuran.....	21
2.11 Validitas dan Realibilitas	21
2.11.1 Uji Validitas	21
2.11.2 Uji Reliabilitas.....	22
2.12 Validasi Ahli.....	23
2.13 Pilot Study	23
BAB 3 METODOLOGI	24
3.1 Metode Penelitian	24
3.2 Studi Literatur dan Identifikasi Masalah.....	25
3.3 Perancangan Instrumentasi	25
3.3.1 Penerjemahan Kuesioner ke dalam Bahasa Indonesia	25
3.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.3.3 Pilot Study	27
3.3.4 Menentukan Responden.....	28
3.3.5 Skenario Pengujian.....	28
3.4 Pengambilan Data.....	28
3.5 Analisa Hasil	29
3.6 Kesimpulan dan Saran	29
BAB 4 PERANCANGAN INSTRUMEN.....	30
4.1 Perancangan Instrumentasi.....	30
4.1.1 Hasil Validasi Ahli	34
4.2 Pengujian Instrumen penelitian.....	60
4.2.1 Pengujian Validitas	60
4.2.2 Pengujian Reliabilitas	63
4.3 Kuesioner Pengujian	64
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN	72
5.1 Hasil Evaluasi aplikasi Traveloka	72
5.2 Hasil Evaluasi Aplikasi PegiPegi.....	76
5.3 Hasil Perbandingan Evaluasi	80
BAB 6 PENUTUP	82
6.1 Kesimpulan.....	82

6.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN A DATA RESPONDEN	86
LAMPIRAN B RTABEL UJI VALDITAS.....	107
LAMPIRAN C HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	109
LAMPIRAN D KUESIONER MECUE VERSI BAHASA INDONESIA	112
LAMPIRAN E KETERANGAN VALIDASI AHLI.....	128

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Studi Literatur.....	8
Tabel 2.2 Pernyataan <i>meCUE Questionnaire</i>	14
Tabel 3.1 Tabel Hasil Reliabilitas <i>meCUE</i> Versi	26
Tabel 4.1 Terjemahan <i>meQUE Questionnaire</i>	30
Tabel 4.2 Hasil Validasi <i>Expert Bahasa</i>	34
Tabel 4.3 Hasil Validasi <i>Expert UX</i>	37
Tabel 4.4 Hasil Perbandingan <i>Expert Bahasa</i> dan <i>Expert UX</i>	40
Tabel 4.5 Hasil <i>meCUE</i> Versi Bahasa Indonesia	45
Tabel 4.6 Skor Validasi Ahli	47
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Validasi Ahli.....	50
Tabel 4.8 Pernyataan Tidak Valid Hasil Validasi Ahli	52
Tabel 4.9 Pernyataan kuesioner <i>pilot study</i> Aplikasi Traveloka.....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Perceptions</i> Pada Aplikasi Traveloka	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>User Emotions</i> Pada Aplikasi Traveloka ...	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Consequence</i> Pada Aplikasi Traveloka	62
Tabel 4.13 Hasil Uji reliabilitas Tiap Variabel Pada Aplikasi Traveloka	63
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Traveloka	64
Tabel 4.15 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Pegipegi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur pada meCUE	13
Gambar 2.2 Komponen <i>User Experience (CUE model)</i>	13
Gambar 2.3 Contoh Hasil Chart Module I	15
Gambar 2.4 Contoh Hasil Chart Module III	15
Gambar 2.5 Contoh Hasil Chart Module II	15
Gambar 2.6 Contoh Hasil Chart Module IV	16
Gambar 2.7 Teknik Pengambilan Sampel	18
Gambar 3.1 Alur Penelitian	24
Gambar 5.1 Hasil Evaluasi Module I Aplikasi Traveloka	72
Gambar 5.2 Hasil Evaluasi Module II Aplikasi Traveloka	73
Gambar 5.3 Hasil Evaluasi Module II Aplikasi Traveloka	74
Gambar 5.4 Hasil Evaluasi Module IV Aplikasi Traveloka	75
Gambar 5.5 Hasil Evaluasi Module I Aplikasi Pegipegi.....	76
Gambar 5.6 Hasil Evaluasi Module II Aplikasi Pegipegi	77
Gambar 5.7 Hasil Evaluasi Module III Aplikasi Pegipegi.....	78
Gambar 5.8 Hasil Evaluasi Module IV Aplikasi Pegipegi	79

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Saat ini, *user experience* (UX) dianggap sebagai faktor kunci untuk kesuksesan hampir semua produk. Pengembang dan perancang yang berupaya menciptakan pengalaman positif serta menghindari kesan negatif bergantung pada beragam data yang mewakili perspektif pengguna pada produk mereka. Untuk mengumpulkan data seperti itu, sejumlah kuesioner telah dikembangkan yang menangkap berbagai aspek UX. (Minge, et al., 2016)

Semua kuesioner tersebut digunakan untuk mengukur komponen UX yang menjadi fokus mereka dengan cara yang valid dan dapat dipercaya (*reliable*). Namun, sejauh ini tidak ada instrumen yang menilai semua komponen ini secara bersamaan. Selain itu, kuesioner dengan skala, format, dan instruksi yang berbeda harus digunakan dalam kombinasi untuk mendapatkan pandangan komprehensif tentang UX suatu produk. Berbagai metode seperti itu akan menyulitkan bagi orang yang diuji dan membutuhkan upaya tambahan atas nama peneliti yang harus memilih tes yang paling cocok dan data agregat dari skala yang berbeda. Untuk mengatasi masalah ini, sebuah kuesioner baru dikembangkan yang membahas semua komponen kunci UX secara terpadu. Karena didasarkan pada kerangka analitik, model Komponen Pengalaman Pengguna (CUE) oleh Thüring dan Mahlke, kuesioner disebut meCUE (*Modular Evaluation of Key Components of User*). (Minge, et al., 2016)

Untuk memberikan alternatif terhadap instrumen yang ada, kuesioner meCUE membahas semua komponen utama UX secara bersamaan. meCUE terbentuk menjadi empat modul yang sesuai dengan komponen dan sub-konsep yang ditentukan oleh model CUE. Setiap modul berisi item dalam format skala Likert yang konsisten dan dapat digunakan secara terpisah atau dalam kombinasi dengan modul lainnya. Versi terakhir dari kuesioner terdiri dari 34 item yang dikategorikan ke dalam 10 skala. Satu item, evaluasi keseluruhan, ditangkap pada skala satu item. Pengembangan meCUE dimulai dengan versi Jerman, yang menghasilkan 67 item. Pemilihan item dan validasi kuesioner didasarkan pada lima koleksi data. Tiga survei dilakukan secara online dan dua di lingkungan laboratorium ($n_4 = 67$, $n_5 = 24$). Dalam semua penelitian, peserta menilai berbagai produk interaktif yang berbeda (mis., Perangkat seluler, aplikasi dan perangkat lunak, peralatan rumah tangga). (Minge, et al., 2016)

Dua studi daring pertama berfokus pada penentuan item-item yang dimuat tinggi pada skala kuesioner. Data dianalisis menggunakan analisis komponen utama dan menghasilkan pemilihan 33 item yang mengukur 9 skala yang berbeda (ditambah item tunggal untuk peringkat keseluruhan). Skala yang dibangun menunjukkan konsistensi internal yang tinggi (nilai Cronbach's Alpha antara 0,69 dan 0,83). Proporsi varian yang dijelaskan dapat diterima untuk semua modul (modul 1: 69.9%, modul 2: 57.4%, modul 3: 63.5%). (Minge, et al., 2016)

Set akhir item dan struktur kuesioner dikonfirmasi di bawah kondisi laboratorium (nilai Cronbach's Alpha dari skala antara 0,76 dan 0,94, proporsi varian dijelaskan untuk modul 1: 81,1%, untuk modul 2: 74,3%, dan untuk modul 3: 74.1%). (Minge, et al., 2016)

Validitas versi akhir kuesioner meCUE diuji menggunakan tiga pendekatan berbeda. Pertama, hubungan antara dimensi meCUE dan dimensi kuesioner lainnya yang mengukur konstruksi serupa diperiksa (validitas konvergen). Di sini, ditemukan bahwa meCUE secara konsisten menghasilkan nilai yang sebanding. Sebagai contoh, hubungan signifikan diamati antara item tunggal "peringkat keseluruhan" meCUE (modul IV) dan dimensi "daya tarik" dari AttrakDiff ($r = .559$), AttrakDiff mini ($r = .919$) dan UEQ ($r = .887$). Kedua, hubungan antara dimensi kuesioner dan waktu tugas total dianalisis (validitas terkait kriteria). Dalam skenario uji kegunaan eksperimental ini, enam puluh tujuh peserta bekerja dengan dua versi perangkat lunak pengedit teks. Sehubungan dengan persepsi produk, dapat ditunjukkan bahwa waktu tugas total sebagai ukuran kinerja objektif sangat berhubungan dengan peringkat subyektif kualitas instrumental (kegunaan dan kegunaan), sedangkan tidak ada hubungan signifikan yang diamati antara kinerja dan peringkat kualitas non-instrumental (estetika visual, status, komitmen). Ketiga, secara sistematis diselidiki apakah kuesioner mampu mendeteksi perbedaan yang sama yang sebelumnya diidentifikasi oleh evaluasi ahli (validitas diskriminatif). Ditemukan bahwa dimensi kuesioner meCUE dengan baik mereplikasi hasil evaluasi ahli dan bahkan variasi minimal diwakili secara konsisten. (Minge, et al., 2016)

Dari data yang telah disampaikan *meCUE Questionnaire* merupakan alat bantu pengujian *user experience* yang baik. Oleh sebab itu perlu dikembangkan penelitian terhadap kuesioner tersebut, agar bisa diadaptasi kedalam bahasa Indonesia. Dikarenakan metode tersebut masih menggunakan bahasa Inggris dalam pengaplikasiannya, oleh karena itu dalam penelitian ini perlu diadakan uji validitas dan uji realibilitas dalam instrumen tersebut ke dalam bahasa Indonesia, yang tentunya akan melibatkan beberapa *expert* di bidang bahasa dan *user experience* dalam melakukan penerjemahan.

Adapun objek yang akan diteliti untuk mengukur *user experience* menggunakan *meCUE Questionnaire* adalah aplikasi *mobile-ticketing*. Salah satu aplikasi berbasis *mobile-ticketing* yang muncul adalah aplikasi Traveloka dan Pegipegi, di satu sisi Traveloka merupakan sebuah *mobile-ticketing (m-ticketing)* yang paling banyak digunakan saat ini di Indonesia. Menurut situs berita *phinemo.com* total ada sekitar 30 juta pengguna yang telah menikmati layanan aplikasi traveloka (Wicaksono, 2018). Traveloka merupakan perusahaan travel terkemuka di Asia Tenggara yang menyediakan berbagai kebutuhan perjalanan dalam satu platform. Traveloka menawarkan tiket pesawat, hotel, tiket kereta, paket pesawat dan hotel, aktivitas dan rekreasi, produk-produk konektivitas, transportasi bandara, dan bus. Traveloka bekerja sama dengan lebih dari 100 maskapai domestik dan internasional, Traveloka melayani lebih dari 200.000 rute penerbangan ke seluruh dunia. Traveloka juga memiliki inventori pemesanan

akomodasi terbesar, bervariasi mulai dari hotel, apartemen, guest house, homestay, villa, dan resor. Semua itu didukung oleh lebih dari 40 metode pembayaran untuk seluruh pelanggan di Indonesia, Thailand, Vietnam, Malaysia, Singapura, dan Filipina, serta customer service yang siap melayani selama 24 jam dalam bahasa lokal (Traveloka, 2018).

Sedangkan untuk Pegipegi sendiri dalam situs berita industri.bisnis.com tercatat ada sekitar 2 juta pelanggan (Dinisari, 2017). Pegipegi sendiri merupakan perusahaan yang melayani pemesanan hotel, tiket pesawat, dan tiket pesawat melalui situs web serta aplikasi gratis di Android dan IOS. Pegipegi secara fokus membantu mengelola kebutuhan liburan ataupun perjalanan bisnis dengan menjadi Fun Traveling Partner bagi masyarakat Indonesia. Saat ini Pegipegi terhubung dengan lebih dari 7.000 pilihan hotel, lebih dari 30.000 rute penerbangan, serta lebih dari 1.600 rute kereta api dan Airport Train (Railink) yang dapat dipesan dari situs web Pegipegi dan aplikasi seluler (Pegipegi, 2018).

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi perbedaan jumlah pengguna yang signifikan antara pengguna aplikasi Traveloka dan Pegipegi. Di sisi lain dari banyaknya pengguna sebuah produk atau aplikasi, tentu tidak menjamin kepuasan *user experience* dari sebuah aplikasi tersebut. Oleh karena itu perlu dilakukan evaluasi *user experience* terhadap aplikasi tersebut agar dapat mengetahui apakah *user experience* telah dirasa baik atau tidak, dan dari aspek mana yang menyebabkan *user experience* dirasa masih kurang baik. Membantu menetapkan nilai produk yang dirasakan oleh pengguna / pelanggan. Serta menentukan prioritas dalam peningkatan produk. Sehingga dapat mempermudah dalam kegiatan penelitian berikutnya.

Beberapa penelitian yang menggunakan metode meCUE Questionnaire sebagai penilaian *user experience* yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner (2016) bertujuan untuk menerjemahkan metode meCUE Questionnaire yang sebelumnya hanya terdapat versi bahasa Jerman di terjemahkan ke dalam bahasa Inggris. Kemudian metode yang digunakan adalah Melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan 3 *expert* bahasa. Serta menggunakan Cronbach Alpha untuk menguji koefisien konsistensi skala yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris pada meCUE Questionnaire. Kemudian penelitian yang kedua dilakukan oleh Carina Kuhr, B.Sc. (2013) menggunakan metode penunjukkan validitas. Validitas *discriminative*, *convergent* dan *criterion-related* dari kuesioner meCUE. Penelitian ini juga meneliti penelusuran mengenai apakah meCUE dapat diterapkan pada *industrial settings* dimana sistem yang interaktif dapat dijadikan objek penilaian evaluasi. Kemudian penilaian para *expert* (Para Ahli) dapat digunakan untuk mengidentifikasi 3 aplikasi transportasi umum dengan kualitas *usability* dan desain yang berbeda. Kemudian pada penelitian ke tiga yang dilakukan oleh Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner, Carina V. Kuhr (2016) ditujukan untuk mengembangkan kuesioner baru guna mengukur komponen kunci dari *user experience* dengan cara yang lengkap serta sesuai. Dalam penelitian ini digunakan metode pengujian *internal consistency* dan

validitas dari meCUE serta korelasi antar pernyataan yang ada di *meCUE* dengan enam kuesioner untuk menilai *user experience* lainnya. partisipan ditugaskan untuk mengerjakan 3 produk interaktif yang berbeda (*mobile audio player*, *text-editing software* dan *mobile phone* pada salah satunya). Kemudian, para pengguna diminta untuk menilai 3 produk tersebut dengan mengisi 6 kuesioner yang telah diberikan.

Dari uraian yang telah disampaikan, maka penelitian bertujuan untuk mengevaluasi *user experience* dengan judul “EVALUASI *USER EXPERIENCE* MENGGUNAKAN *MECUE QUESTIONNAIRE* (STUDI KASUS PADA APLIKASI TRAVELOKA DAN PEGIPEGI)” *framework* yang digunakan dalam penelitian adalah *framework meCUE Questionnaire*. *Framework meCUE Questionnaire* adalah alat bantu untuk mengevaluasi UX sebuah website atau aplikasi. *meCUE Questionnaire* dapat digunakan pada seluruh jenis penelitian *user experience* terhadap sistem yang interaktif serta dapat digunakan untuk membandingkan berbagai produk yang berbeda atau mendeteksi perubahan pengalaman pada suatu rancangan dari penggunaan jangka panjang (Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner , 2016). Kuesioner *meCUE* dibuat berdasarkan *CUE model*, yang digagas oleh Thuring & Mahlke (2007) dan menggunakan skala likert sebagai tolok ukur pemberian bobot pada kuesioner tersebut. *CUE model* memisahkan antara persepsi *instrumental* dan *non-instrumental*. Pengujian *user experience* menggunakan *meCUE Questionnaire* disini bertujuan untuk mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan dari aplikasi yang sedang di teliti serta untuk mengukur bagaimana tingkat *user experience* pengguna terhadap aplikasi yang diteliti. *Framework meCUE Questionnaire* dibagi menjadi 4 komponen mengenai karakteristik produk (*usefulness, usability, visual aesthetics, status, commitment*), perasaan pengguna (*positive* dan *negative*), konsekuensi (kesetiaan pengguna terhadap produk dan keinginan untuk menggunakan produk), dan yang terakhir adalah penilaian secara keseluruhan dari produk.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang dapat diangkat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil uji validitas dan reliabilitas metode *meCUE Questionnaire* kedalam bahasa Indonesia?
2. Bagaimana hasil uji coba pengukuran *user experience* pada aplikasi Traveloka dan Pegipegi dengan menggunakan metode *meCUE* yang telah diterjemahkan ke dalam versi bahasa Indonesia?

1.3 Tujuan

Tujuan dibuatnya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengadaptasi kuesioner *meCUE Questionnaire* kedalam bahasa Indonesia.
2. Mengetahui hasil uji validitas dan reliabilitas metode *meCUE Questionnaire* kedalam bahasa Indonesia.
3. Mengetahui hasil uji coba pengukuran *user experience* dari aplikasi Traveloka dan Pegipegi menggunakan metode *meCUE Questionnaire* yang telah diterjemahkan ke dalam versi bahasa Indonesia.

1.4 Manfaat

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mempermudah penelitian lanjutan bagi pengembang aplikasi untuk melakukan perbaikan aplikasi Traveloka dan Pegipegi dengan menemukan faktor yang menyebabkan aplikasi tersebut tidak menarik.
2. Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengangkat topik *user experience* terutama yang menggunakan metode *meCUE Questionnaire*.
3. Memberikan informasi perbandingan terhadap penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode yang berbeda dari metode *meCUE Questionnaire*.

1.5 Batasan masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup pembahasan maka masalah yang dibahas akan dibatasi pada:

1. Penelitian ini menggunakan sampel aplikasi yaitu aplikasi Traveloka dengan versi 2.20 dan Pegipegi versi 1.17.1.
2. Instrumentasi *meCUE Questionnaire* di validasi oleh *expert* bahasa dan *expert user experience* serta dilakukan *pilot study* untuk menguatkan hasil validasi dan reliabilitas terhadap 30 responden.
3. Pengukuran *user experience* menggunakan *framework meCUE Questionnaire* dengan dimensi karakteristik produk (*usefulness, usability, visual aesthetics,*

status, commitment) emosi pengguna (positif dan negatif), dan konsekuensi (kesetiaan pengguna terhadap produk dan keinginan untuk menggunakan produk), dan tentang penilaian keseluruhan dari produk.

4. Data yang didapat dan digunakan dalam penelitian ini bersumber dari hasil kuesioner *meCUE Questionnaire* pada pengujian implementasi objek aplikasi Traveloka dan Pegipegi.
5. Responden dari penelitian ini merupakan masyarakat umum yang pernah mengakses aplikasi Traveloka dan Pegipegi.
6. Versi *meCUE* yang digunakan pada penelitian ini adalah versi *meCUE* dengan 4 Module.
7. Uji Validitas dan Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan alat SPSS Statistics 25 untuk *windows*.

1.6 Sistematika pembahasan

Dokumentasi dari pembuatan penelitian ini ditunjukkan untuk memberikan penjelasan tahapan serta gambaran dari laporan skripsi dengan sistematika penulisan sebagai berikut, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang penelitian sebelumnya yang menjadi kajian pustaka, teori mengenai *user experience*, penjelasan mengenai kriteria-kriteria *user experience*, Menjelaskan tentang uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Membahas metode yang digunakan saat melakukan pengambilan data, sehingga didapatkan data yang valid sebagai sumber penelitian. Membahas tentang proses atau langkah-langkah dalam penelitian yang dilakukan. Terdiri dari studi literatur, metode pengambilan data, metode analisis serta penarikan kesimpulan dari hasil data yang telah diperoleh.

BAB IV PERSIAPAN INSTRUMEN

Membahas tentang pembuatan kuesioner yang kemudian dilakukan uji validitas oleh expert bahasa dan expert user experience. Lalu setelah dilakukan uji validitas oleh expert. Hasil dari uji validitas di sebarkan kepada beberapa responden untuk dilakukan *pilot study*. Setelah itu data dari *pilot study* dianalisis yang kemudian hasilnya disebarakan kepada pengguna. Lalu setelah data mencukupi, data dikumpulkan dan ditampilkan sesuai dengan bentuk dari jawaban yang dihasilkan.

BAB V HASIL PEMBAHASAN

Membahas tentang hasil analisis data dari hasil pengujian ,serta hasil evaluasi yang telah dilakukan. Kemudian dalam bab ini juga berisi hasil perbandingan yang telah dilakukan.

BAB VI PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan yang didapat dari hasil analisis dan pengujian penelitian pada skripsi ini dan saran-saran yang mungkin dapat berguna dalam penelitian yang lebih lanjut.

BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

2.1 Studi Literatur

Penelitian *user experience* pada aplikasi traveloka dan pegipegi mengacu kepada beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang terkait dengan *user experience* dan *meCUE Questionnaire*. Beberapa penelitian sebelumnya tercantum pada tabel 2.1.

Tabel 2.1 Studi Literatur

No	Judul Penelitian	Metode yang digunakan	Tujuan
1	Evaluasi User Experience Pada Aplikasi Mobile Penjualan Tiket Online	<ul style="list-style-type: none">• <i>Usability Testing (Task Completion Rate, Use of Search Versus Navigation, User Error Rate)</i>• <i>Quick-UX</i> yang bertujuan untuk melakukan pemeriksaan kualitas pada desain serta menguji hirarki informasi dari halaman, layar atau statemen dari suatu aplikasi	Untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi mobile ticketing Traveloka dan Tiket.com, serta mengetahui tingkat efisien dan efektifitas aplikasi tersebut
2	Analisis Pengalaman Pengguna Permainan <i>Multiplayer Online Battle Arena</i> (MOBA) Dengan Menggunakan <i>Game Experience Questionnaire</i> (GEQ) Pada Game Dota 2	<ul style="list-style-type: none">• Menggunakan metode Game Experience Questionnaire (GEQ)• Uji validitas ahli serta uji reliabilitas	Untuk menilai pengalaman pengguna permainan MOBA Game Dota 2. Mengetahui dampak yang terjadi pada pengguna saat dan setelah bermain <i>game</i> dengan jenis MOBA. Serta memberikan hasil rekomendasi desain permainan untuk meningkatkan kepuasan pengguna <i>game</i> dengan jenis MOBA.

Tabel 2.1 Studi literatur (Lanjutan)

No	Judul penelitian	Metode yang digunakan	Tujuan
3	<i>Measuring the User Experience of Mobile Applications – an Empirical Validation of a Quantitative Method</i>	<ul style="list-style-type: none"> • User Experience dan Usability 	menunjukkan validitas <i>discriminative</i> , <i>convergent</i> dan <i>criterion-related</i> dari kuesioner meCUE. Penelitian ini juga menelusuri apakah meCUE dapat di aplikasikan pada <i>industrial settings</i> dimana sistem yang inteaktif dijadikan objek evaluasi. Penilaian ekspert digunakan untuk mengidentifikasi 3 aplikasi transportasi umum dengan kualitas <i>usability</i> dan desain yang berbeda
4	Evaluasi dan Perbaikan User Experience Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) dan Focus Group Discussion (FGD) Pada Situs Web Filkom Apps Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Uneriversitas Brawijaya	<ul style="list-style-type: none"> • User Experience Questionnaire (UEQ) • Focus Group Discussion (FGD) 	Untuk mengetahui level <i>user experience</i> FILKOM Apps secara komprehensif dengan menerapkan <i>User Experience Questionnaire (UEQ)</i> . Untuk mengetahui bagaimana persepsi dan permasalahan yang timbul dari interaksi pengguna dengan FILKOM Apps secara detail menggunakan metode <i>Focus Group Discussion (FGD)</i> .

Tabel 2.1 Studi literatur (Lanjutan)

No	Judul penelitian	Metode yang digunakan	Tujuan
5	<i>Developing and Validating an English Version of The meCUE Questionnaire for Measuring User Experience</i>	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan uji validitas dan realibilitas dengan menggunakan 3 <i>expert</i> bahasa Menggunakan Cronbach Alpha untuk menguji koefisien konsistensi skala yang telah diterjemahkan kedalam bahasa inggris pada meCUE Questionnaire. 	Untuk menerjemakan metode meCUE Questionnaire yang sebelumnya hanya terdapat versi bahasa jerman di terjemahkan ke dalam bahasa inggris
6	<i>The meCUE Questionnaire. A Modular Tool for Measuring User Experience</i>	<ul style="list-style-type: none"> menguji <i>internal consistency</i> dan validitas dari meCUE serta korelasi item pernyataan yang ada di meCUE dengan enam kuesioner* untuk menilai <i>user experience</i> lainnya. partisipan di berikan <i>task</i> untuk dikerjakan pada 3 produk ineraktif yang berbeda (mobile audio playe, text-editing software dan mobile phone salah satu orang). Setelah itu mereka diminta untuk menilai 3 produk tersebut dengan mengisi 6 kuesioner yang dibandingkan tersebut. 	Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kuesioner baru untuk mengukur komponen kunci dari <i>user experience</i> dengan cara yang komprehensif dan selaras.

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Rizky Ashar Murdiono. (2018) bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi mobile ticketing Traveloka dan Tiket.com, serta mengetahui tingkat efisien dan efektifitas aplikasi tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah *Usability Testing (Task Completion Rate, Use of Search Versus Navigation, User Error Rate)*. Kemudian dalam penelitian tersebut digunakan metode *Quick-UX* yang bertujuan untuk memeriksa kualitas pada rancangan serta menguji susunan informasi dari halaman, layar atau statemen dari suatu aplikasi.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Rachmad Soleh. (2017) bertujuan Untuk menilai pengalaman pengguna permainan MOBA Game Dota 2. Kemudian mengetahui dampak pada pengguna saat dan setelah bermain *game* dengan jenis MOBA. Serta memberikan rekomendasi desain permainan untuk peningkatan kepuasan pengguna *game* dengan jenis MOBA. Penelitian tersebut menggunakan metode *Game Experience Questionnaire (GEQ)*. Serta dilakukan Uji validitas ahli serta uji reliabilitas.

Penelitian yang ketiga dilakukan oleh Carina Kuhr, B.Sc. (Oktober, 2013) menggunakan metode penunjukkan validitas *discriminative, convergent* dan *criterion-related* dari kuesioner meCUE. Penelitian ini juga menelusuri apakah meCUE dapat di aplikasikan pada *industrial settings* dimana sistem yang interaktif dijadikan objek evaluasi. Kemudian penilaian *expert* digunakan untuk mengidentifikasi 3 aplikasi transportasi umum dengan kualitas *usability* dan desain yang berbeda.

Penelitian yang keempat dilakukan oleh Shafira Viski Izabal. (2017) bertujuan untuk mengetahui level *user experience* FILKOM Apps secara komprehensif dengan menerapkan *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Untuk mengetahui bagaimana persepsi dan permasalahan yang timbul dari interaksi pengguna dengan FILKOM Apps secara detail menggunakan metode *Focus Group Discussion (FGD)*. Untuk memberikan rekomendasi desain perbaikan antarmuka untuk memperbaiki *user experience* desain sebelumnya berdasarkan hasil evaluasi dengan *UEQ* dan *FGD*. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode kuesioner *UEQ* untuk mengevaluasi dan melakukan perbaikan pengalaman pengguna pada situs web FILKOM apps. Kuesioner dibagikan ke 30 responden. Kemudian dilanjutkan dengan *FGD* untuk mendapatkan data kualitatif.

Penelitian yang kelima dilakukan oleh Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner (September, 2016) bertujuan untuk menerjemakan metode *meCUE Questionnaire* yang sebelumnya hanya terdapat versi bahasa jerman di terjemahkan ke dalam bahasa inggris. Kemudian metode yang digunakan adalah Melakukan uji validitas dan realibilitas dengan menggunakan 3 *expert* bahasa. Serta menggunakan Cronbach Alpha untuk menguji koefisien konsistensi skala yang telah diterjemahkan kedalam bahasa inggris pada meCUE Questionnaire.

Penelitian yang keenam dilakukan oleh Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner, Carina V. Kuhr (2016) bertujuan untuk mengembangkan kuesioner baru untuk mengukur komponen kunci dari *user experience* dengan cara yang lengkap dan sesuai. Dalam penelitian ini digunakan metode pengujian *internal consistency* dan validitas dari meCUE serta korelasi item pernyataan yang ada di meCUE dengan enam kuesioner untuk menilai *user experience* lainnya. Partisipan di berikan *task* untuk dikerjakan pada 3 produk interaktif yang berbeda (*mobile audio player*, *text-editing software* dan *mobile phone* salah satu orang). Setelah itu mereka diminta untuk menilai 3 produk tersebut dengan mengisi 6 kuesioner yang dibandingkan tersebut.

2.2 Traveloka

PT Traveloka Indonesia menyediakan layanan tiket pesawat dan hotel secara online dengan fokus pada perjalanan domestik di Indonesia. Ini menawarkan platform online yang memungkinkan pengguna membuat pemesanan layanan yang disediakan oleh hotel, perusahaan penerbangan, pesawat dan operator transportasi lainnya, promotor acara, operator wisata, agen perjalanan, operator telekomunikasi, dan / atau penyedia layanan lainnya. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2012 dan berbasis di Jakarta Barat, Indonesia (Bloomberg, 2018).

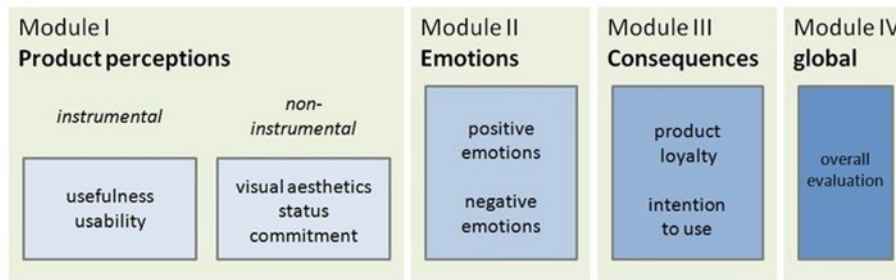
2.3 Pegipegi

Pegipegi adalah perusahaan agen perjalanan online di Indonesia yang melayani pemesanan hotel, dan tiket pesawat. Pegipegi pertama kali didirikan pada 7 Mei 2012 oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Marie Elka Pangestu. Dengan dukungan dari Recruit Holdings, sebuah perusahaan Jepang yang memiliki banyak pengalaman dalam mengelola Jalan.net dan Altavindo, Pegipegi telah menjadi layanan pemesanan perjalanan online yang mudah, aman, dan cepat di Indonesia (Playstore, 2018).

Pegipegi menyediakan banyak pilihan hotel serta berbagai tujuan penerbangan dan tiket pesawat. Didukung oleh layanan pelanggan lokal yang membantu, Pegipegi membantu ribuan pelanggan untuk merencanakan perjalanan mereka melalui pemesanan online dan offline dengan berbagai platform, seperti panggilan telepon, chat web, e-mail, dan pesan sosial. Sebagai bagian dari komitmen Pegipegi untuk membuat pengalaman perjalanan pelanggan Pegipegi menjadi mudah, Pegipegi menyediakan berbagai metode pembayaran untuk setiap jenis pelanggan.

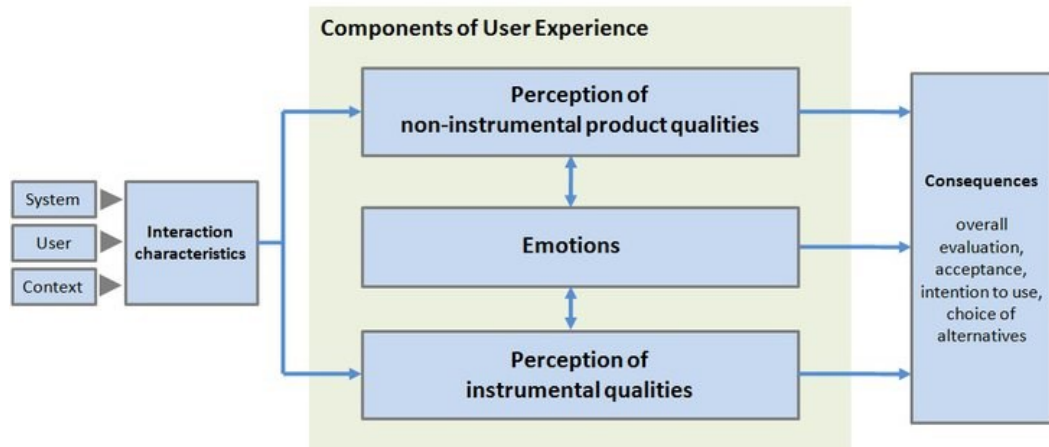
2.4 Mecue Questionnaire

Modular Evaluation of Key Components of User atau disingkat meCUE (Minge & Riedel, 2013) merupakan alat bantu untuk mengevaluasi UX suatu website atau aplikasi. Kuesioner meCUE dibuat berdasarkan Component model of User experience (CUE), yang dibuat oleh Thüering & Mahlke (2007).



Gambar 2.1 Struktur pada meCUE

CUE model memisahkan antara persepsi *instrumental* dan *non instrumental*. Kuesioner *meCUE* dibagi menjadi 4 *module* atau variabel, yang masing-masing berhubungan dengan karakteristik produk (*usefulness, usability, visual aesthetics, status, commitment*), perasaan pengguna (*positive* dan *negative*), dan konsekuensi (kesetiaan pengguna terhadap produk dan keinginan untuk menggunakan produk), dan yang terakhir adalah penilaian keseluruhan dari produk seperti terlihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.2 Komponen User Experience (CUE model)

Gambar 2.2 merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner *meCUE*. Pertanyaan pada Tabel 2.2 yang nantinya akan diisi oleh responden, kemudian akan dihitung rata-ratanya dan akan menghasilkan bagan seperti terlihat pada Gambar 2.3, Gambar 2.4, Gambar 2.5, dan Gambar 2.6.

Tabel 2.2 Pernyataan *meCUE* Questionnaire

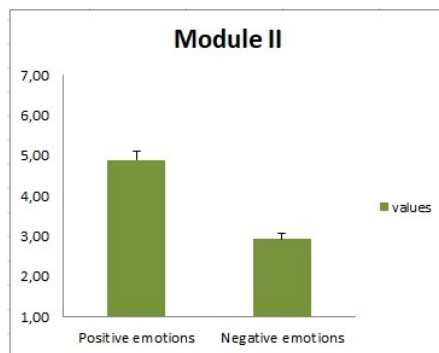
Kode	Pernyataan
U.1	<i>The product is easy to use.</i>
A.1	<i>The product is creatively designed.</i>
F.1	<i>The functions of the product are exactly right for my goals.</i>
S.1	<i>The product would enhance my standing among peers.</i>
C.1	<i>I could not live without this product.</i>
A.2	<i>The design looks attractive.</i>
U.2	<i>It is quickly apparent how to use the product.</i>
S.2	<i>By using the product, I would be perceived differently.</i>
F.2	<i>I consider the product extremely useful.</i>
C.2	<i>The product is like a friend to me.</i>
A.3	<i>The product is stylish.</i>
C.3	<i>If I ever lost the product, I would be devastated.</i>
U.3	<i>The operating procedures of the product are simple to understand.</i>
S.3	<i>My friends could be quietly envious of this product.</i>
F.3	<i>With the help of this product I will achieve my goals.</i>
PA.1	<i>The product exhilarates me.</i>
ND.1	<i>The product makes me tired.</i>
NA.1	<i>The product annoys me.</i>
PD.1	<i>The product relaxes me.</i>
ND.2	<i>When using this product I feel exhausted.</i>
PD.2	<i>The product makes me feel happy.</i>
NA.2	<i>The product frustrates me.</i>
PA.2	<i>The product makes me feel euphoric.</i>
ND.3	<i>The product makes me feel passive.</i>
PD.3	<i>The product calms me.</i>
PA.3	<i>When using this product, I feel cheerful.</i>
NA.3	<i>The product angers me.</i>
IN.1	<i>If I could, I would use the product daily.</i>

Tabel 2.2 Pernyataan *meCUE* Questionnaire (Lanjutan)

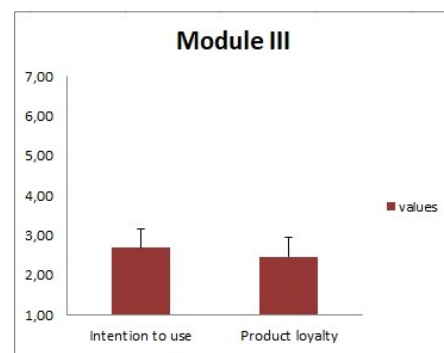
Kode	Pernyataan
L.1	<i>I would not swap this product for any other.</i>
IN.2	<i>I can hardly wait to use the product again.</i>
L.2	<i>In comparison to this product, no others come close.</i>
L.3	<i>I would get exactly this product for myself (again) at anytime.</i>
IN.3	<i>When using the product, I lose track of time.</i>
Overall	<i>Finally, how would you rate the product overall?</i>



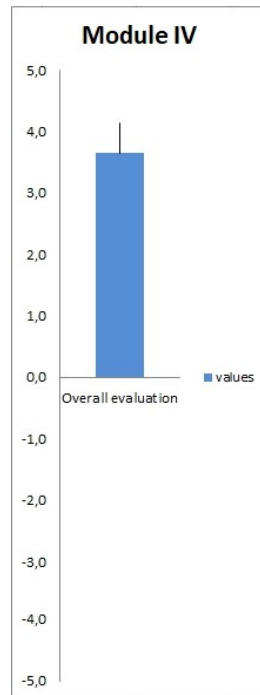
Gambar 2.3 Contoh Hasil Chart Module I



Gambar 2.5 Contoh Hasil Chart Module II



Gambar 2.4 Contoh Hasil Chart Module III



**Gambar 2.6 Contoh Hasil Chart
Module IV**

Gambar 2.3, Gambar 2.4, Gambar 2.5, dan Gambar 2.6 merupakan contoh representasi dari hasil yang didapatkan ketika menggunakan *framework meCUE Questionnaire* dari *module 1*, *module 2*, *module 3* dan *module 4*. *Module 1* sendiri terdiri dari aspek *usefulness*, *usability*, *visual aesthetic*, *status* dan *commitment*. Untuk *module 2* terdiri dari *positive emotions* dan *negative emotions*. Untuk *module 3* sendiri terdiri dari aspek *intentions of use* dan *product loyalty*. Dan untuk *module 4* terdiri dari aspek *overall evaluation*. Sedangkan untuk angka di sebelah kiri merupakan besaran nilai yang didapat dari hasil penelitian.

2.5 User Experience

Menurut Norman Nielsen Persyaratan pertama utama *user experience* adalah memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat, tanpa ribut-ribut atau mengganggu. Selanjutnya muncul kesederhanaan dan keanggunan yang menghasilkan sebuah produk yang menyenangkan untuk dimiliki sendiri, sebuah rasa gembira ketika digunakan. *User experience* sejati lebih menyeluruh dalam memberi pelanggan apa yang mereka katakan yang mereka inginkan, atau menyediakan fitur yang memudahkan pengguna. Untuk mencapai sebuah *user experience* yang berkualitas tinggi dalam penawaran perusahaan, harus ada penggabungan yang sejalan antara berbagai disiplin ilmu, termasuk teknik, pemasaran, desain grafis dan industri, dan desain antarmuka.

Penting untuk membedakan pengalaman pengguna total dari antarmuka pengguna (UI), meskipun UI jelas merupakan bagian yang sangat penting dari

sebuah desain. Kita juga harus membedakan UX dan kegunaan, Menurut definisi *usability* atribut kualitas UI, meliputi apakah sistem mudah dipelajari, efisien digunakan, menyenangkan, dan sebagainya. Sekali lagi, ini sangat penting, dan lagi total pengalaman pengguna adalah konsep yang lebih luas lagi.

Menurut Hassenzahl Secara psikologis, sebuah pengalaman muncul dari integrasi persepsi, tindakan, motivasi, dan kognisi menjadi keseluruhan yang tak terpisahkan dan bermakna. Hubungan intim antara konsep tunggal tersebut tercermin oleh, misalnya, model emosi (Russell, 2003), yang menekankan pentingnya proses kognitif, seperti pengamatan diri, atribusi, dan kategorisasi, untuk pengalaman emosi. Dan kebanyakan teori aksi misalnya, mengasumsikan hubungan yang erat antara tindakan, pikiran dan emosi (Kaptelinin & Nardi, 2006; Carver & Scheier, 1989). Sebuah pengalaman adalah sebuah cerita, muncul dari dialog seseorang dengan dia atau dunianya melalui tindakan "(Hassenzahl, 2010). Sebuah pengalaman bersifat subjektif, holistik, terletak, dinamis, dan bermanfaat.

2.6 Evaluasi *User Experience* (UX)

Interaksi antarmuka sistem menghasilkan suatu persepsi dan respon. Persepsi ini dikenal dengan sebutan *User Experience* (UX). Menurut Norman & Nielsen, UX mencakup seluruh aspek interaksi pengguna dengan suatu organisasi, pelayanan dan produknya. *User Experience* mencakup perasaan, rasa percaya, kecenderungan, pandangan, respon secara fisik maupun psikologis, kebiasaan dan pencapaian sebelum, selama serta setelah penggunaan. Dalam artian, UX tidak sekedar dinilai ketika penggunaan produk saja, melainkan pada sebelum, saat, dan setelahnya.

2.7 Populasi dan Sampel

2.7.1 Populasi

Populasi merepresentasikan jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek dengan karakteristik dan kualitas yang telah ditentukan oleh peneliti agar dipelajari dan untuk diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2017).

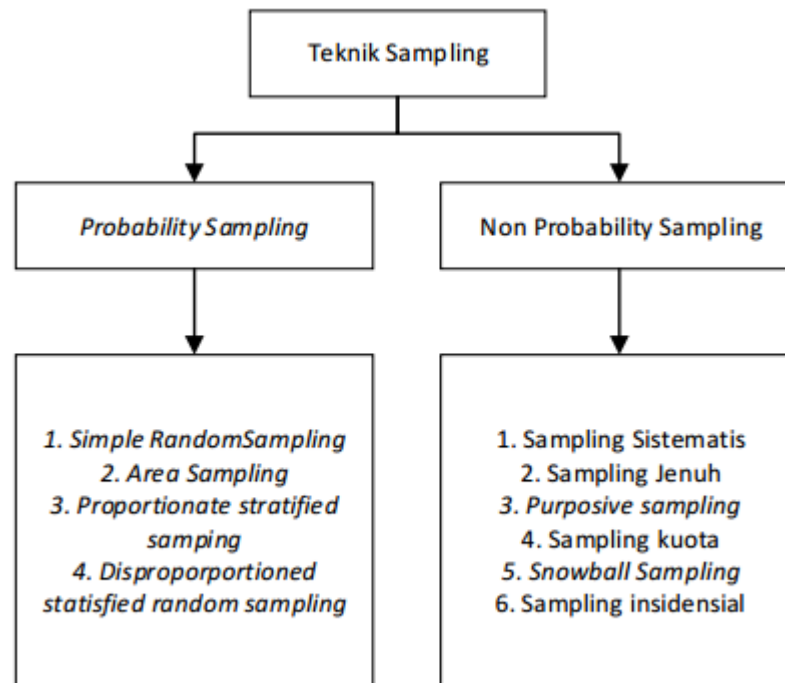
2.7.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2017). Sarjono dan Julianita (2011) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian populasi yang akan diteliti serta dapat memvisualisasi karakter populasinya. Menurut Sekaran (2006) populasi merujuk pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang diteliti, sedangkan sampel adalah subkelompok atau sebagian dari populasi.

2.8 Teknik Sampling

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa teknik sampling yang dilakukan harus mampu menunjukkan representasi populasi agar tidak terjadi kesalahan pada data atau informasi. Pada pengambilan sampel, peneliti tidak diharuskan mempelajari

semua yang ada pada populasi jika populasi tersebut besar. Teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk melakukan pengambilan sampel. Teknik sampling sendiri memiliki dua jenis yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Berikut penggambaran *probability sampling* dan *non-probability sampling*:



Gambar 2.7 Teknik Pengambilan Sampel

Sumber : Sugiyono (2017)

Gambar 2.7 terlihat bahwa, teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*. *Probability Sampling* meliputi, *Simple Random Sampling*, *Area Sampling*, *Proportionate Stratified*, *Disproportionated Satisfied Random Sampling*. *Non Probability Sampling* meliputi, *Sampling Sistematis*, *Sampling Jenuh*, *Purposive Sampling*, *Sampling Kuota*, *Snowball Sampling*, *Sampling Insidiensial*.

2.8.1 Probability Sampling

Probability sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel dengan memberikan kesempatan yang sama pada keseluruhan populasi yang dapat menjadi sampel pada sebuah penelitian.

Jenis-jenis *probability sampling* adalah sebagai berikut:

1. *Simple random sampling*

Sugiyono (2017) menyatakan *simple random sampling* adalah metode dengan pemilihan sampel secara acak dengan mengabaikan tingkatan pada populasi. *Simple random sampling* berasumsi bahwa semua anggota populasi adalah homogen.

2. *Area* atau *Cluster sampling*

Area atau *cluster sampling* merupakan teknik *sampling* yang memiliki kegunaan untuk menentukan sampel dengan objek yang akan diteliti merupakan objek dengan skala yang sangat luas atau warga suatu negara. Dengan begitu, sampel harus ditentukan secara bertahap mulai dari area terluas hingga area terkecil, kemudian mengambil sampel secara acak (Sugiyono, 2017).

3. *Proportionate stratified sampling*

Teknik ini menentukan sampel dengan syarat populasi bertingkat dan heterogen yang seimbang (Sugiyono, 2017).

4. *Disproportionate stratified sampling*

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa teknik ini berfungsi menentukan jumlah sampel dengan syarat bertingkat namun kurang seimbang.

2.8.2 Non-Probability Sampling

Non-Probability Sampling adalah sebuah teknik pengambilan sampel dengan memilih sampel dalam populasi dengan memiliki pertimbangan tertentu. Teknik pengambilan sample adalah sebagai berikut :

1. *Sampling Sistematis*

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa teknik *sampling* sistematis adalah salah satu teknik *sampling* secara urut. Sebagai contohnya adalah pada penentuan sampel yang memiliki anggota populasi berjumlah 50 orang. Setelah itu setiap anggota diurutkan mulai urutan 1 sampai dengan 50. Selanjutnya, penentuan sampel dengan syarat tertentu, misalnya hanya mengambil urutan genap saja atau sebaliknya.

2. *Sampling Jenuh*

Sugiyono (2017) mengatakan bahwa *sampling* jenuh dilakukan apabila populasi yang akan dijadikan sampel memiliki jumlah yang relatif kecil. Teknik *sampling* jenuh dilakukan dengan menjadikan semua anggota populasi untuk dijadikan sebagai sampel.

3. *Sampling Purposive*

Sugiyono (2017) mengatakan bahwa *sampling purposive* merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang didapatkan nantinya bisa lebih representatif. Sebagai contohnya pada kasus tentang pengujian kualitas *website*, maka sampel adalah seorang ahli di bidang *website*.

4. *Sampling Kuota*

Sugiono (2017) mengatakan bahwa *sampling* kuota merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pada jumlah yang dikehendaki.

5. *Snowball Sampling*

Sugiono (2017) menyatakan bahwa *snowball sampling* diibaratkan sebagai bola salju yang menggelinding seiring berjalannya waktu semakin membesar. Teknik sampling ini pada awalnya menggunakan jumlah sampel yang sedikit, kemudian jumlahnya semakin bertambah banyak.

6. *Sampling Insidensial*

Sugiono (2017) menyatakan bahwa *sampling insidensial* adalah teknik sampling yang didasarkan pada faktor ketidaksengajaan. Contoh penelitian yang menggunakan teknik ini adalah ketika peneliti mengambil sampel pada orang yang ditemui. Meskipun didasarkan faktor ketidaksengajaan, peneliti harus tetap memperhatikan kriteria dari responden.

2.9 Data

2.9.1 Jenis Data

Sebuah penelitian haruslah ditunjang dan didukung oleh data yang lengkap dan akurat. Dalam klasifikasinya sendiri, data memiliki 2 jenis yang dapat digunakan sebagai penunjang penelitian. Jenis-jenis tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Data Primer

Sugiono (2017) menyatakan bahwa data primer adalah sumber data yang memberikan data utama pada peneliti. Dalam penelitian ini data primer, berasal dari kuesioner yang disebarkan kepada pengguna aplikasi Traveloka dan Pegipegi melalui aplikasi *Google Form*.

2. Data Sekunder

Kuncoro (2009) menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang didapatkan melalui instansi penghimpun data dan disebarluaskan kepada khalayak sebagai pengguna. Data sekunder bisa diperoleh dari literatur-literatur seperti internet, penelitian terdahulu, artikel, buku, serta jurnal.

2.9.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, dapat diperoleh dari berbagai sumber antara lain:

1. Kuesioner

Sekaran dan Bougie (2009) menyatakan bahwa kuesioner adalah sebuah proses untuk melakukan penghimpunan data yang efisien apabila peneliti sudah menentukan target dan bagaimana mengukur variabel penelitian.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah data penunjang berupa literatur-literatur seperti internet, penelitian terdahulu, artikel, buku, dan jurnal.

3. *Browsing Internet*

Browsing internet merupakan cara untuk mengumpulkan data dari internet dengan menelusuri *website* yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang mendukung topik utama penelitian.

2.10 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan tolok ukur penentuan rentang alat ukur sehingga menghasilkan data secara kuantitatif. Skala yang dapat digunakan untuk mengukur dalam hal ini adalah skala Guttman, skala likert, *semantic deferential*, dan *rating scale* (Sugiyono, 2017).

Skala likert adalah jenis dari skala untuk melakukan pengukuran pada pendapat, persepsi, serta sikap responden terhadap fenomena sosial yang menjadi variabel dalam penelitian (Sugiyono, 2017).

2.11 Validitas dan Realibilitas

2.11.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan bukti instrumen, proses, atau teknik proses yang digunakan dalam mengukur sebuah item, yang mampu mengukur dengan sebenarnya konsep yang diujikan. Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidak suatu item pernyataan (Sekaran, 2006).

Menurut Priyatno (diambil dari Iqbal (2018)) menyatakan bahwa uji validitas item merupakan uji instrumen untuk melihat tingkat kecermatan sebuah item dalam melakukan sebuah pengukuran terhadap apa yang sebenarnya diukur. Kevalidan item dapat dinyatakan valid apabila memiliki hubungan yang signifikan terhadap total skor. Sehingga kevalidan item menunjukkan bahwa item tersebut benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengujian validitas dilakukan dengan pengujian *construct validity* (validitas konstruk) atau *content validity* (validitas isi). Menurut Sugiyono (2017) mengatakan bahwa secara teknis pengujian validitas konstruk dan validitas isi dapat dibantu dengan menggunakan kisi-kisi instrumen. Dalam kisi-kisi tersebut terdapat variabel yang diteliti, indikator sebagai tolok ukur, dan nomor butir pernyataan atau pertanyaan yang telah dijabarkan pada indikator.

Validasi konstruk merupakan validitas yang berkaitan dengan kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurnya (Siregar, 2016). Menurut Jack R. Fraenkel (diambil dari Siregar (2016)) mengatakan bahwa validitas konstruk merupakan validitas yang terluas cakupannya dibandingkan dengan teknik validasi yang lain termasuk validitas isi. Hal ini disebabkan karena validitas konstruk melibatkan banyak prosedur termasuk validitas isi dan validasi kriteria.

Sugiyono (2017) mengatakan bahwa validitas konstruk dapat digunakan dengan meminta pendapat dari ahli. Para ahli nantinya akan diminta pendapat tentang instrumen yang telah disusun serta memberikan keputusan apakah instrumen tersebut harus diperbaiki, dihapus, atau telah dapat digunakan. Setelah itu nantinya akan diujikan kepada 30 responden pada sampel dimana populasi tersebut diambil.

Menurut Priyatno (diambil dari Iqbal (2018)) terdapat dua metode analisis validasi item pada aplikasi SPSS. Metode-metode tersebut adalah *Corrected Item Total Correlation*, dan Korelasi Pearson atau yang biasa disebut *Correlation Product Moment* (KPM). Dari kedua jenis metode pengukuran tersebut, peneliti mempertimbangkan untuk menggunakan metode KPM. Metode KPM digunakan dengan melakukan korelasi skor item dengan skor total pada sebuah variabel. Skor total didapatkan dengan menjumlahkan seluruh item pada suatu variabel. Sebuah item dapat dikatakan valid ketika memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{Tabel} . Nilai r_{Tabel} pada penelitian ini sebesar 0,306 dengan ketentuan $df = 28$ dan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

2.11.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2006) uji reliabilitas merupakan pengukuran yang merepresentasikan bagaimana sebuah item diterapkan tanpa kesalahan. Uji reliabilitas memiliki tujuan untuk mengukur konsistensi jawaban seseorang terhadap item pernyataan pada kuesioner. Menurut Nugroho (dikutip dalam Pravitasari (2013)) menyatakan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan ketika kuesioner tersebut memiliki lebih dari satu variabel.

Siregar (2016) menyatakan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula.

Terdapat beberapa cara melakukan uji reliabilitas. Pada penelitian ini menggunakan metode dengan teknik *Cronbach Alpha*. Menurut (Ghozali, 2009) sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,7. Namun apabila nilai *Cronbach Alpha* < 0,7 dinyatakan tidak reliabel.

2.12 Validasi Ahli

Kuesioner yang siap digunakan adalah kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Menurut Sugiyono (2017), ada tiga jenis validitas. Salah satunya adalah Validitas Konstruksi (*construct validity*) yang menggunakan pendapat dari ahli (*expert judgment*) sebagai tolok ukur untuk memvalidasi suatu instrumen. Ahli dapat memberikan skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju) untuk menilai setiap butir pernyataan. Untuk menghitung skor pada setiap pernyataan dapat menggunakan metode validitas isi menggunakan persamaan Aiken yang dituliskan pada persamaan 2.1

$$V = \frac{\sum S}{n(c-1)}$$

2.1

S = Skor yang didapatkan dari $r - l_o$

Ket:

l_o = Angka penilaian validitas terendah.

c = Angka penilaian validitas tertinggi.

r = Angka yang diberikan oleh penilai.

n = Jumlah penilai.

Suatu pernyataan dinyatakan valid jika nilai $V > 0,69$ dan suatu pernyataan dinyatakan tidak valid jika nilai $V < 0,69$ (Yang, 2011).

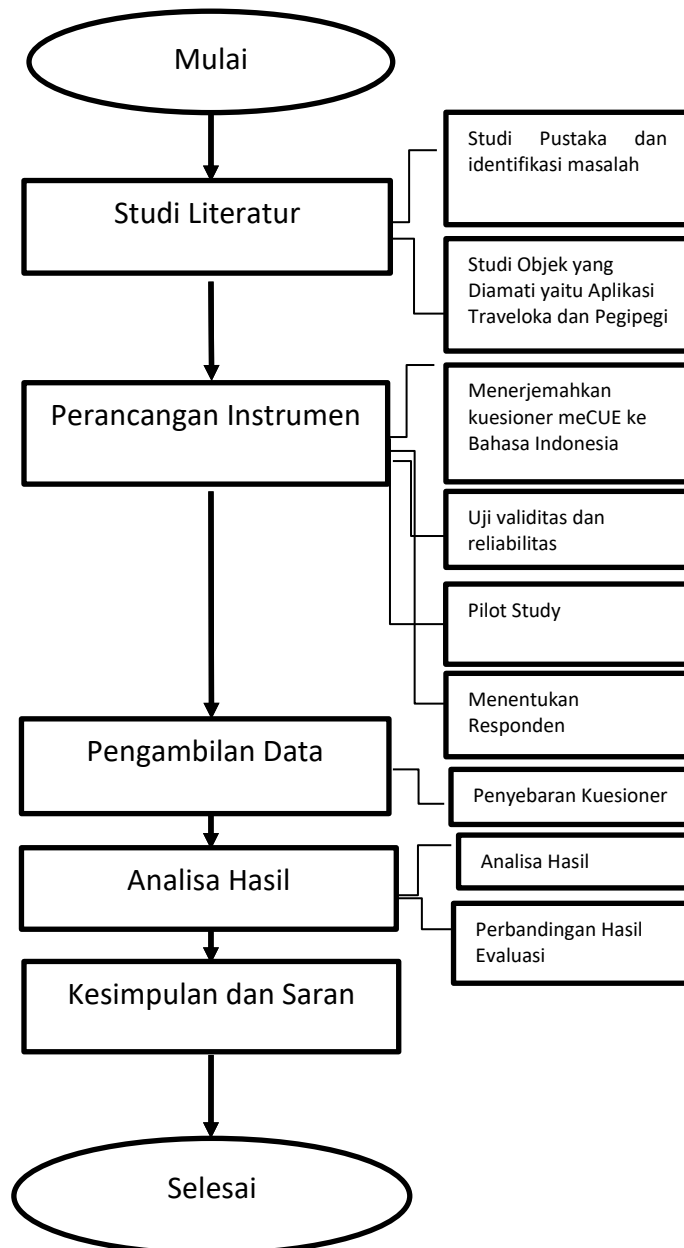
2.13 Pilot Study

Untuk memastikan bahwa item-item kuesioner telah mencukupi, benar, dan dapat dipahami, kuesioner diuji dengan *Pilot Study*. Penggunaan Kuisisioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang efisien untuk dilakukan ketika peneliti memahami secara tepat mengenai informasi yang dibutuhkan dan ukuran variabel yang diuji (Sekaran, 2003). Sebagai tolok ukur, kuisisioner harus disusun dengan baik dan reliabel. Pernyataan di dalam kuisisioner harus jelas, tidak ambigu, tepat dan sesuai dengan variabel-variabel yang akan diuji. *Pilot Study* atau dapat disebut juga *Pilot Test* merupakan suatu pengujian yang dilakukan pada responden dengan jumlah kecil untuk menguji pemahaman terhadap kuisisioner, menguji validitas dan reliabilitas dari instrumen tersebut. Dalam *Pilot Test*, jumlah responden yang diambil biasanya lebih sedikit dari jumlah responden yang digunakan sebagai sampel. Jika instrumen kuisisioner telah lolos *pilot test* maka kuisisioner tersebut dapat disebarkan.

BAB 3 METODOLOGI

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan serangkaian proses dalam sebuah penelitian untuk mencapai tujuan. Adapun prosedur yang dilakukan pada penelitian ini digambarkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

3.2 Studi Literatur dan Identifikasi Masalah

Pada tahapan ini dilakukan studi literatur yang mendukung penelitian ini, penulis mencari dan mempelajari literatur terkait dengan teori-teori pendukung seperti Evaluasi dan Perbaikan User Experience menggunakan *User Experience Questionnaire (UEQ)* dan *Focus Group Discussion (FGD)* Pada Situs Web Filkom Apps Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya, *Developing and Validating an English Version of the meCUE Questionnaire for Measuring User Experience, meCUE Questionnaire*. Selain itu penulis juga mencari referensi pendukung lain baik berasal dari buku, artikel dan jurnal lainnya. Penelitian ini lebih memperhatikan apa yang pengguna rasakan selama menggunakan aplikasi Traveloka dan Pegipegi.

Selanjutnya penulis mengidentifikasi masalah dengan observasi yaitu memastikan apakah *meCUE Questionnaire* belum di terjemahkan kedalam Bahasa Indonesia atau telah diterjemahkan. Apabila *meCUE Questionnaire* belum diterjemahkan maka dilakukan pengujian instrumentasi penerjemahan kedalam Bahasa Indonesia agar memudahkan proses penelitian yang salah satu tahapannya melakukan proses penyebaran kuesioner dengan *meCUE Questionnaire*.

3.3 Perancangan Instrumentasi

Setelah melakukan studi literatur serta identifikasi masalah, tahap berikutnya adalah metode penyelesaian masalah. Pada penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengevaluasi *user experience* adalah dengan menggunakan *meCUE Questionnaire*.

3.3.1 Penerjemahan Kuesioner ke dalam Bahasa Indonesia

meCUE merupakan kuesioner yang berasal dari Jerman serta menggunakan bahasa aslinya yaitu bahasa Jerman yang digagas oleh Minge, M., Riedel, L. serta Thüring, M. Dalam perkembangannya, kuesioner ini telah diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris serta telah di uji validitas dan reliabilitasnya oleh Michael Minge, Manfred Thüring, dan Ingmar Wagner pada September 2016. Dalam tulisannya yang berjudul *Developing and Validating an English Version of the meCUE Questionnaire for Measuring User Experience*, dalam penelitiannya untuk menerjemahkan *meCUE* dari bahasa Jerman ke bahasa Inggris, tiga *native speaker* yang telah bekerja sebagai penerjemah profesional atau guru bahasa selama beberapa tahun, dilibatkan dalam proses penerjemahan. Pertama, dua dari tiga penerjemah menerjemahkan item kuesioner secara satu persatu dengan independen ke dalam bahasa Inggris. Dari terjemahan yang ada, 25 dari 34 pertanyaan mempunyai persamaan terjemahan atau keterkaitan. Setelah itu, seluruh item bahasa Inggris, termasuk yang tidak konsisten, di terjemahkan kembali ke dalam bahasa Jerman oleh penerjemah ketiga. Hasilnya, ada 28 terjemahan yang benar dari bahasa Inggris ke bahasa Jerman. Kemudian enam item lainnya di diskusikan oleh dua penerjemah tersebut dan didapatkan hasil yang disepakati.

Untuk menguji struktur kuesioner versi bahasa Inggris tersebut, kuesioner tersebut diberikan melalui survei daring. Pengujian dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas meCUE versi bahasa Inggris. Sebanyak 58 penutur dari Inggris dan Amerika Serikat (berumur antara 23 dan 56, dengan Median=32,6 tahun) memberikan nilai dari pengalaman mereka terhadap suatu produk yang interaktif (contoh: *handphone*, laptop, TV, *software*, *mobile apps*, dan peralatan rumah tangga). Responden dibebaskan untuk memilih produk yang akan dinilai. Rata-rata, mereka memiliki produk tersebut selama 9,4 bulan. Setelah dilakukan pengujian, hasilnya adalah meCUE versi bahasa Inggris ini telah *valid* dan *reliable*. Nilai cronbach alpha yang dimiliki dari setiap Module memiliki nilai antara 0.76 dan 0.91. Nilai 0.76 berarti nilai cronbach alpha dapat diterima karena masih sesuai dengan ketentuan yaitu 0.70 sementara nilai 0.91 menunjukkan nilai yang sangat baik karena jauh lebih dari nilai standar yang telah ditentukan, yaitu 0.70, seperti terlihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Tabel Hasil Reliabilitas meCUE Versi Bahasa Inggris

Modules and scales:	% variance	Cronbach's alpha
Product perceptions (module I)		
usefulness	12.3	0.78
usability	19.2	0.90
visual aesthetics	19.8	0.91
social identity: status	15.5	0.84
social identity: commitment	12.8	0.76
cumulative %	79.5	
User emotions (module II)		
positive emotions	27.2	0.82
negative emotions	32.1	0.88
cumulative %	59.3	
Consequences of usage (module III)		
intention to use	39.2	0.87
product loyalty	35.3	0.78
cumulative %	74.5	

Penelitian ini akan membahas penerjemahan meCUE versi bahasa Inggris ke versi bahasa Indonesia dan akan melakukan uji validitas dan reliabilitas ke ahli bahasa Inggris yang dibantu oleh Wing Setiawan, S.S untuk mengoreksi tata bahasa pada kuesioner serta ahli UX yaitu salah satu Dosen FILKOM, Ismiarta Anuranda, S.T., M.Sc., Ph.D untuk mengoreksi tata bahasa sesuai bahasa yang dapat dimengerti *user*. Setelah proses penerjemahan selesai, tahapan berikutnya yang dilakukan adalah proses validasi kuesioner yang telah diterjemahkan kepada 3 ahli UX untuk menilai tiap butir pernyataan pada kuesioner. Nilai bobot ini akan dihitung untuk mendapatkan nilai hasil uji validitas dari setiap item pernyataan pada kuesioner berdasarkan penilaian 3 ahli UX tersebut. Kuesioner dinilai oleh 3 dosen FILKOM Universitas Brawijaya antara lain Adam Hendra Brata, S.Kom., M.T., M.Sc., Retno Indah Rokhmawati, S.Pd., M.Pd., dan Komang Candra Brata, S.Kom., M.T., M.Sc.. Setiap butir pernyataan diberikan 5 kolom penilaian yang dapat dipilih oleh masing-masing penilai. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah

skala likert dengan keterangan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5 (sangat setuju). Setelah mendapatkan nilai tersebut maka akan dihitung nilai validasi sesuai rumus Aiken. Hasil uji validitas ini akan menjadikan tolok ukur untuk melanjutkan ke tahap berikutnya yaitu *pilot study*, yang dilakukan sebelum pengujian yang secara aktual, sehingga didapatkan nilai hasil pengujian instrumen penelitian yang valid dan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat uji UX terhadap aplikasi Traveloka dan Pegipegi.

3.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum instrumen pada penelitian ini diterapkan, kuesioner meCUE terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Sebelum melakukan uji validitas dan reliabilitas, langkah pertama untuk memastikan bahwa kuesioner meCUE versi bahasa Indonesia dengan kalimat yang sesuai dan dapat dimengerti, dilakukan terlebih dahulu uji validasi ahli. Uji validasi ahli dilakukan ke dua ahli, satu dari bidang bahasa Inggris dan satu dari bidang *User Experience*, dan selanjutnya dilakukan *Construct Validity* oleh 3 ahli *User Experience* lainnya. Dua ahli ini memberikan validasi terhadap tata bahasa kuesioner yang diterjemahkan dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia sehingga dapat menghasilkan kuesioner yang dapat dimengerti. Langkah kedua, tiga ahli *User Experience* lainnya memberikan masukan terkait apakah isi dari kuesioner tersebut dapat dimengerti atau tidak dan valid untuk diujikan ke *pilot study* atau tidak. Para ahli ini dapat memberi penilaian dari nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) untuk setiap pernyataan. Setelah mendapatkan kuesioner yang valid, kuesioner akan diuji reliabilitasnya. Langkah terakhir yaitu dengan menguji validitas dan reliabilitas hasil *pilot study*. Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan menggunakan alat bantu SPSS Statistics 25. Setelah didapatkan hasil uji validasi tersebut dan reliabilitas, maka kuesioner tersebut telah siap disebarluaskan sebagai tolok ukur evaluasi aplikasi Pegipegi dan aplikasi Tiket.com

3.3.3 Pilot Study

Untuk memastikan bahwa item-item kuesioner telah mencukupi, benar, dan dapat dipahami, kuesioner diujikan melalui *Pilot Study*. *Pilot Study* dilakukan dengan membagikan kuesioner yang telah diterjemahkan kepada responden untuk diuji secara aktual. Kuesioner ini disebarkan ke 30 orang responden selain sampel. Kemudian 30 Responden tersebut akan diujikan terhadap aplikasi yang akan diuji dalam *pilot study*, dalam hal ini, aplikasi Traveloka.

Merujuk pada gagasan Singarimbun dan Efendi (1995) yang mengungkapkan bahwa jumlah minimal uji coba atau *pilot study* kuisisioner adalah minimal 30 responden. 30 responden dipilih karena sesuai dengan gagasan Singarimbun dan Efendi (1995) yang menyatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuisisioner adalah 30 responden, karena menurut data statistik responden dengan jumlah 30 telah mendekati kurva normal untuk setiap butir pernyataan, responden pada *pilot study* ini dapat memilih 1 dari 7 skala. skala yang digunakan adalah skala likert dengan keterangan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (sedikit/agak setuju), 4 (netral), 5 (sedikit/agak setuju), 6 (setuju), 7 (Sangat setuju). Skala ini sesuai

dengan standar dari studi sebelumnya oleh Michael Minge, Manfred Thüning, dan Ingmar Wagner pada penelitiannya yaitu *Developing and Validating an English Version of the meCUE Questionnaire for Measuring User Experience* pada tahun 2016.

3.3.4 Menentukan Responden

Dalam menentukan responden perlu menentukan populasi dan sampel. Sebelum menentukan sampel, terlebih dahulu menentukan populasi dari objek yang diteliti. Dalam penelitian ini objek yang digunakan adalah aplikasi Traveloka dan Pegipegi. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, oleh sebab itu maka digunakan sampel minimal 5 kali dalam tiap indikator (Hair et al, 2010). Pada penelitian ini, yang variabel dasar diterapkan adalah *Module I (Product Perceptions)*, *Module II (Emotions)*, *Module III (Consequences)*, *Module IV (Global)*. Dalam tiap variabel terdapat beberapa indikator yaitu, untuk *Module I* terdapat 5 indikator, antara lain *usefulness*, *usability*, *visual aesthetic*, *status*, dan *commitment*. Pada *Module II* terdapat 2 indikator, yaitu *positive emotions* dan *negative emotions*. Kemudian pada *Module III* terdiri dari 2 indikator, yaitu *intention to use* dan *product loyalty*. Sementara pada *Module IV*, terdapat 1 tolak ukur yaitu *overall evaluation*. Dari keseluruhan *Module*, terdapat 9 indikator pada kuesioner meCUE. Maka sample pada penelitian ini minimal sebanyak 5 x 9 yaitu 45 responden.

3.3.5 Skenario Pengujian

Dalam penelitian ini scenario pengujian dibatasi hanya pada proses pemesanan tiket pesawat. Pemesanan ini terdiri dari beberapa langkah antara lain mencari jadwal keberangkatan (memasukkan Kota asal, Kota tujuan, tanggal keberangkatan, tanggal kembali, jumlah penumpang dan kelas penerbangan), mengisi data diri, serta memilih metode pembayaran.

3.4 Pengambilan Data

Pada tahap ini proses penentuan siapa saja yang akan dijadikan responden untuk melakukan evaluasi *UX* menggunakan kuesioner meCUE dalam bahasa Indonesia yang telah valid dan reliabel. Responden akan diminta mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Responden yang diambil adalah sebanyak 60 responden yang telah memenuhi kriteria sehingga data yang didapatkan dapat dijadikan data yang valid, selain itu responden sebanyak 60 dipilih karena dengan jumlah tersebut dapat memberikan hasil yang stabil serta sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan. Kriteria yang memenuhi dalam pengisian kuesioner ini adalah responden yang pernah menggunakan aplikasi Traveloka dan Pegipegi (bagian pemesanan tiket pesawat) atau sering menggunakan kedua aplikasi tersebut. Informasi responden menjadi sebuah acuan untuk mengetahui kesesuaian responden dengan kriteria.

3.5 Analisa Hasil

Tahap ini dilakukan setelah semua tahap mulai dari studi literatur hingga pengumpulan data telah selesai. Pada tahap ini, hasil dari evaluasi menggunakan kuesioner meCUE dalam Bahasa Indonesia terhadap aplikasi Traveloka dan Pegipegi akan dianalisa dan dipelajari sehingga menghasilkan hasil evaluasi yang merepresentasikan kekurangan dan kelebihan masing-masing aplikasi tersebut. Sehingga hasil evaluasi kedua aplikasi tersebut dapat dibandingkan.

3.6 Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini, setelah seluruh kegiatan penelitian yang telah dilakukan, akan diambil kesimpulan. Pada tahap ini penelitian selanjutnya juga akan diberikan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB 4 PERANCANGAN INSTRUMEN

Pada bab ini dipaparkan tentang bagaimana hasil dan analisa uji validitas dan realibilitas dari pengujian *meCUE Questionnaire* yang di terjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dan juga hasil dan analisa dari pengujian *user experience* terhadap aplikasi Traveloka dan Pegipegi. Dimulai dari proses persiapan instrumentasi yang tahapanya dimulai dari menerjemahkan kuesioner secara pribadi yang kemudian di uji validasi kepada *expert* bahasa dan dilanjutkan pengujian kepada *expert ux*. Kemudian hasil uji validasi tersebut di hitung menggunakan persamaan Aiken. Setelah tahapan tersebut terselesaikan dilakukan pilot study untuk mengetahui hasil reliabilitas dari kuesioner yang telah diterjemahkan. Setelah hasil pengujian reliabilitas didapatkan, kemudian kuesioner disebarkan dengan objek penelitian Traveloka dan Pegipegi untuk mendapatkan data secara kuantitatif hasil pengujian *user experience* dari kedua aplikasi tersebut.

4.1 Perancangan Instrumentasi

Sebelum mengevaluasi aplikasi Traveloka dan aplikasi PegiPegi dengan *meCUE Questionnaire*, terlebih dahulu dilakukan penerjemahan dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia yang dilakukan oleh penulis secara pribadi pada kuesioner. Berikut hasil terjemahan kuesioner *meCUE Questionnaire* oleh penulis yang digambarkan pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Terjemahan *meQUE Questionnaire*

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia
<i>Usefulness</i>	<i>The function of the product are exactly right for my goals</i>	<ul style="list-style-type: none">• Fungsi dari produk sangat sesuai dengan tujuan saya dalam memakainya
	<i>I consider the product extremely useful</i>	<ul style="list-style-type: none">• Saya pikir produk ini sangat berguna• Saya rasa produk ini sangat berguna
	<i>With the help of this product I will achieve my goal</i>	<ul style="list-style-type: none">• Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya
<i>Usability</i>	<i>The product is easy to use</i>	<ul style="list-style-type: none">• Produk mudah digunakan

Tabel 4.1 Terjemahan *meQUE Questionnaire* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia
	<i>It is quickly apparent how to use the product.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Terlihat sangat jelas bagaimana cara untuk menggunakan produk ini • Jelas terlihat bagaimana cara menggunakan produk ini
	<i>The operating procedures of the product are simple to understand</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Langkah pengoprasian produk ini mudah dipahami
<i>Visual aesthetics</i>	<i>The product is creatively designed</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini di desain secara kreatif • Produk memiliki desain yang kreatif • Product memiliki tampilan yang kreatif
	<i>The design looks attractive</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Desain dari produk ini terlihat menarik
	<i>The product is stylish</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini terlihat rapi
<i>Status</i>	<i>The product would enhance my standing among peers</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini dapat meningkatkan posisi saya diantara orang banyak
	<i>By using the product, I would be perceived differently.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dengan menggunakan produk ini saya akan dipandang secara berbeda
	<i>My friends could be quietly envious of this product.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Teman teman saya bisa atau akan merasa iri dengan produk ini
<i>Commitment</i>	<i>I could not live without this product.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini

Tabel 4.1 Terjemahan *meQUE Questionnaire* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia
	<i>The product is like a friend to me.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini seperti teman bagi saya
	<i>If I ever lost the product, I would be devastated.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.
<i>Positive Emotions</i>	<i>The product exhilarates me.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini membuat saya senang • Dengan menggunakan produk ini saya merasa senang
	<i>The product makes me feel euphoric.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketika menggunakan produk
	<i>When using this product, I feel cheerful.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketika menggunakan produk ini saya merasa senang
	<i>The product relaxes me</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini membuat saya tenang
	<i>The product makes me feel happy</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini membuat saya merasa senang •
	<i>The product calms me</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini menenangkan saya
<i>Negative Emotions</i>	<i>The product annoys me.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini mengganggu saya • Produk ini membuat saya merasa terganggu
	<i>The product frustrates me.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini membuat saya frustrasi
	<i>The product angers me.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini membuat saya marah

Tabel 4.1 Terjemahan *meQUE Questionnaire* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia
	<i>The product makes me tired</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini membuat saya lelah
	<i>When using this product I feel exhausted</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketika menggunakan produk ini saya merasa lelah
	<i>The product makes me feel passive</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Produk ini membuat saya merasa pasif.
Intention to Use	<i>If I could, I would use the product daily.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jika bisa saya akan menggunakan produk ini sehari-hari
	<i>I can hardly wait to use the product again.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali
	<i>When using the product, I lose track of time.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu
Product Loyalty	<i>I would not swap this product for any other.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya tidak akan mengganti atau menukar produk ini dengan yang lain
	<i>In comparison to this product, no others come close.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Jika dibandingkan dengan produk yang lain tidak ada produk yang menyamai produk ini
	<i>I would get exactly this product for myself (again) at anytime.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya akan menggunakan produk ini kembali

Tabel 4.1 merupakan hasil penerjemahan penulis untuk pernyataan pernyataan yang terdapat dalam *meCUE Questioonaire*. Kolom kategori merupakan indikator indikator dari penilaian *meCUE Questionnaire*. Sedangkan kolom bahasa inggris merupakan pernyataan pernyataan yang terdapat didalam indikator. Sedangkan untuk kolom Bahasa Indonesia merupakan hasil penerjemahan dari penulis. Penulis memberikan beberapa pilihan terjemahan dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia untuk memudahkan para ahli untuk memilih terjemahan yang diartikan paling tepat. Para ahli juga bisa memberikan saran atau

terjemahan lain yang dirasa paling sesuai dengan kaidah Bahasa yang telah ditetapkan.

4.1.1 Hasil Validasi Ahli

Hasil terjemahan yang telah dibuat oleh penulis divalidasi ke ahli bahasa Inggris yaitu Wing Setiawan, S.S. Berikut adalah hasil validasi *expert* Bahasa seperti yang tercantum pada Tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4.2 Hasil Validasi *Expert* Bahasa

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia
<i>Usefulness</i>	<i>The function of the product are exactly right for my goals.</i>	Fungsi dari produk sangat sesuai / cocok dengan keinginan saya.
	<i>I consider the product extremely useful.</i>	Saya rasa produk ini sangat berguna.
	<i>With the help of this product I will achieve my goal.</i>	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai keinginan saya.
<i>Usability</i>	<i>The product is easy to use.</i>	Produk ini mudah digunakan.
	<i>It is quickly apparent how to use the product.</i>	Terlihat sangat jelas bagaimana cara untuk menggunakan produk ini.
	<i>The operating procedures of the product are simple to understand.</i>	Langkah pengoprasian produk ini mudah dipahami.
<i>Visual aesthetics</i>	<i>The product is creatively designed.</i>	Produk ini di desain secara kreatif.
	<i>The design looks attractive.</i>	Desain dari produk ini terlihat menarik.
	<i>The product is stylish.</i>	Produk ini terlihat menawan.
<i>Status</i>	<i>The product would enhance my standing among peers.</i>	Produk ini dapat meningkatkan posisi saya diantara orang banyak.

Tabel 4.2 Hasil Validasi *Expert Bahasa* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia
	<i>By using the product, I would be perceived differently.</i>	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.
	<i>My friends could be quietly envious of this product.</i>	Teman-teman saya bisa terlihat iri dengan produk ini.
<i>Commitment</i>	<i>I could not live without this product.</i>	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.
	<i>The product is like a friend to me.</i>	Produk ini seperti teman bagi saya.
	<i>If I ever lost the product, I would be devastated.</i>	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.
<i>Positive Emotions</i>	<i>The product exhilarates me.</i>	Produk ini membuat saya bergembira.
	<i>The product makes me feel euphoric.</i>	Produk ini membuat saya merasa sangat gembira.
	<i>When using this product, I feel cheerful.</i>	Ketika menggunakan produk ini saya merasa senang.
	<i>The product relaxes me.</i>	Produk ini membuat saya tenang.
	<i>The product makes me feel happy.</i>	Produk ini membuat saya merasa senang.
	<i>The product calms me.</i>	Produk ini menenangkan saya.
<i>Negative Emotions</i>	<i>The product annoys me.</i>	Produk ini membuat saya merasa terganggu
	<i>The product frustrates me.</i>	Produk ini membuat saya frustrasi.
	<i>The product angers me.</i>	Produk ini membuat saya marah.
	<i>The product makes me tired.</i>	Produk ini membuat saya lelah.

Tabel 4.2 Hasil Validasi *Expert Bahasa* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia
	<i>When using this product I feel exhausted.</i>	Ketika menggunakan produk ini saya merasa lelah.
	<i>The product makes me feel passive.</i>	Produk ini membuat saya merasa pasif.
<i>Intention to Use</i>	<i>If I could, I would use the product daily.</i>	Jika bisa saya akan menggunakan produk ini setiap hari.
	<i>I can hardly wait to use the product again.</i>	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.
	<i>When using the product, I lose track of time.</i>	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.
<i>Product Loyalty</i>	<i>I would not swap this product for any other.</i>	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.
	<i>In comparison to this product, no others come close.</i>	Jika dibandingkan dengan produk yang lain tidak ada produk yang menyamai produk ini.
	<i>I would get exactly this product for myself (again) at anytime.</i>	Saya akan menggunakan produk ini kembali.

Tabel 4.2 merupakan hasil penerjemahan *expert bahasa* untuk pernyataan pernyataan yang terdapat dalam *meCUE Questionnaire*. Kolom kategori merupakan indikator indikator dari penilaian *meCUE Questionnaire*. Sedangkan kolom bahasa inggris merupakan pernyataan pernyataan yang terdapat didalam indikator. Sedangkan untuk kolom Bahasa Indonesia merupakan hasil penerjemahan dari *expert bahasa*. Tabel 4.1 dan Tabel 4.2 dapat dilihat terdapat beberapa pembenaran kalimat yang dilakukan oleh *expert bahasa* yang diantara lain seperti pada kategori *usefulness* kata ‘tujuan’ yang diartikan dari kata *goals* di rubah oleh *expert bahasa* menjadi ‘keinginan’ kemudian *expert bahasa* juga cenderung memilih kata ‘rasa’ yang diartikan dari kata ‘*consider*’ dari pada kata pikir. Kemudian pada kategori *usability* *expert bahasa* juga cenderung memilih kata terlihat sangat jelas dari pada kata terlihat jelas yang diartikan dari kalimat ‘*it is quickly apparent*’, kemudian dari katogori *visual aesthetics* *expert bahasa* lebih

memilih opsi 'produk memiliki desain yang kreatif' dari kalimat *the product is creatively designed*. Kemudian untuk kata *'stylish' expert* bahasa lebih memilih kata 'rapi' daripada menawan. Kemudian untuk kategori status *expert* bahasa lebih cenderung memilih kata 'akan terlihat' daripada 'dipandang' yang diartikan dari kata *'perceived'*. Kemudian untuk kategori *positive emotions expert* bahasa membenarkan kata bergembira yang sebelumnya hanya terdapat kata senang dalam opsinya yang diartikan dari kata *'exhilarates'*. Setelah itu untuk kategori *negative emotions expert* bahasa lebih cenderung memilih kalimat 'Produk ini membuat saya merasa terganggu' daripada opsi lainnya yang diartikan dari kalimat *'the product annoys me'*. Setelah itu untuk kategori *intentions of use expert* bahasa memilih kata 'setiap hari' daripada 'sehari-hari' yang diartikan dari kata *'daily'*. Kemudian untuk kategori *product loyalty expert* bahasa lebih cenderung memilih kata 'mengganti' daripada 'menukar' yang diartikan dari kata *'swap'*.

Setelah memvalidasi terjemahan bahasa Inggris ke bahasa Indonesia dengan baik dan benar, selanjutnya peneliti melakukan validasi tentang tata bahasa ke ahli UX, sehingga bahasa pada kuesioner tetap dapat sesuai dengan tujuan kuesioner. Sesuai dengan tata bahasa untuk UX. Uji Validasi *meCUE Questionnaire* melalui *expert UX* dilakukan oleh Dosen FILKOM yaitu Ismiarta Aknuranda, S.T, M.Sc, Ph.D. Tabel 4.3 merupakan hasil validasi berdasarkan saran UX yang telah diubah dan disesuaikan oleh peneliti.

Tabel 4.3 Hasil Validasi Expert UX

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia (Expert UX)
<i>Usefulness</i>	<i>The function of the product are exactly right for my goals.</i>	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.
	<i>I consider the product extremely useful.</i>	Saya menganggap produk ini sangat berguna.
	<i>With the help of this product I will achieve my goal.</i>	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.
<i>Usability</i>	<i>The product is easy to use.</i>	Produk ini mudah digunakan.
	<i>It is quickly apparent how to use the product.</i>	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.

Tabel 4.3 Hasil Validasi *Expert UX* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia (<i>Expert UX</i>)
	<i>The operating procedures of the product are simple to understand.</i>	Langkah-langkah pengoprasian produk ini mudah dipahami.
<i>Visual aesthetics</i>	<i>The product is creatively designed.</i>	Produk ini di desain secara kreatif.
	<i>The design looks attractive.</i>	Desain dari produk ini terlihat menarik.
	<i>The product is stylish.</i>	Produk ini terlihat elegan.
<i>Status</i>	<i>The product would enhance my standing among peers.</i>	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.
	<i>By using the product, I would be perceived differently.</i>	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.
	<i>My friends could be quietly envious of this product.</i>	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.
<i>Commitment</i>	<i>I could not live without this product.</i>	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.
	<i>The product is like a friend to me.</i>	Produk ini seperti teman bagi saya.
	<i>If I ever lost the product, I would be devastated.</i>	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.
<i>Positive Emotions</i>	<i>The product exhilarates me.</i>	Produk ini membuat saya bergembira.
	<i>The product makes me feel euphoric.</i>	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.
	<i>When using this product, I feel cheerful.</i>	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.

Tabel 4.3 Hasil Validasi *Expert UX* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia (<i>Expert UX</i>)
	<i>The product relaxes me.</i>	Produk ini membuat saya rileks.
	<i>The product makes me feel happy.</i>	Produk ini membuat saya merasa senang.
	<i>The product calms me.</i>	Produk ini menenangkan saya.
<i>Negative Emotions</i>	<i>The product annoys me.</i>	Produk ini membuat saya merasa terganggu.
	<i>The product frustrates me.</i>	Produk ini membuat saya frustrasi.
	<i>The product angers me.</i>	Produk ini membuat saya marah.
	<i>The product makes me tired.</i>	Produk ini membuat saya lelah.
	<i>When using this product I feel exhausted.</i>	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.
	<i>The product makes me feel passive.</i>	Produk ini membuat saya merasa pasif.
<i>Intention to Use</i>	<i>If I could, I would use the product daily.</i>	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.
	<i>I can hardly wait to use the product again.</i>	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.
	<i>When using the product, I lose track of time.</i>	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.
<i>Product Loyalty</i>	<i>I would not swap this product for any other.</i>	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.
	<i>In comparison to this product, no others come close.</i>	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.

Tabel 4.3 Hasil Validasi *Expert UX* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia (<i>Expert UX</i>)
	<i>I would get exactly this product for myself (again) at anytime.</i>	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.

Tabel 4.3 merupakan hasil penerjemahan expert ux untuk pernyataan pernyataan yang terdapat dalam *meCUE Questionnaire*. Kolom kategori merupakan indikator indikator dari penilaian *meCUE Questionnaire*. Sedangkan kolom bahasa inggris merupakan pernyataan pernyataan yang terdapat didalam indikator. Sedangkan untuk kolom Bahasa Indonesia merupakan hasil penerjemahan dari *expert UX*. Tabel 4.2 dan Tabel 4.3, terlihat jelas terdapat beberapa perbedaan. Pada Tabel 4.4 perbandingan hasil validasi *expert bahasa* dan *expert UX*.

Tabel 4.4 Hasil Perbandingan *Expert Bahasa* dan *Expert UX*

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia (<i>Expert Bahasa</i>)	Bahasa Indonesia (<i>Expert UX</i>)
<i>Usefulness</i>	<i>The function of the product are exactly right for my goals.</i>	Fungsi dari produk sangat sesuai / cocok dengan keinginan saya.	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.
	<i>I consider the product extremely useful.</i>	Saya rasa produk ini sangat berguna.	Saya menganggap produk ini sangat berguna.
	<i>With the help of this product I will achieve my goal.</i>	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai keinginan saya.	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.
<i>Usability</i>	<i>The product is easy to use.</i>	Produk ini mudah digunakan.	Produk ini mudah digunakan.
	<i>It is quickly apparent how to use the product.</i>	Terlihat sangat jelas bagaimana cara untuk menggunakan produk ini.	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.

Tabel 4.4 Hasil Perbandingan *Expert Bahasa* dan *Expert UX* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia (<i>Expert Bahasa</i>)	Bahasa Indonesia (<i>Expert UX</i>)
	<i>The operating procedures of the product are simple to understand.</i>	Langkah pengoprasian produk ini mudah dipahami.	Langkah-langkah pengoprasian produk ini mudah dipahami.
<i>Visual aesthetics</i>	<i>The product is creatively designed.</i>	Produk ini di desain secara kreatif.	Produk ini di desain secara kreatif.
	<i>The design looks attractive.</i>	Desain dari produk ini terlihat menarik.	Desain dari produk ini terlihat menarik.
	<i>The product is stylish.</i>	Produk ini terlihat menawan.	Produk ini terlihat elegan.
<i>Status</i>	<i>The product would enhance my standing among peers.</i>	Produk ini dapat meningkatkan posisi saya diantara orang banyak.	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.
	<i>By using the product, I would be perceived differently.</i>	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.
	<i>My friends could be quietly envious of this product.</i>	Teman-teman saya bisa terlihat iri dengan produk ini.	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.
<i>Commitment</i>	<i>I could not live without this product.</i>	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.
	<i>The product is like a friend to me.</i>	Produk ini seperti teman bagi saya.	Produk ini seperti teman bagi saya.

Tabel 4.4 Hasil Perbandingan *Expert Bahasa* dan *Expert UX* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia (<i>Expert Bahasa</i>)	Bahasa Indonesia (<i>Expert UX</i>)
	<i>If I ever lost the product, I would be devastated.</i>	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.
<i>Positive Emotions</i>	<i>The product exhilarates me.</i>	Produk ini membuat saya bergembira.	Produk ini membuat saya bergembira.
	<i>The product makes me feel euphoric.</i>	Produk ini membuat saya merasa sangat gembira.	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.
	<i>When using this product, I feel cheerful.</i>	Ketika menggunakan produk ini saya merasa senang.	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.
	<i>The product relaxes me.</i>	Produk ini membuat saya tenang.	Produk ini membuat saya rileks.
	<i>The product makes me feel happy.</i>	Produk ini membuat saya merasa senang.	Produk ini membuat saya merasa senang.
	<i>The product calms me.</i>	Produk ini menenangkan saya.	Produk ini menenangkan saya.
<i>Negative Emotions</i>	<i>The product annoys me.</i>	Produk ini membuat saya merasa terganggu	Produk ini membuat saya merasa terganggu.
	<i>The product frustrates me.</i>	Produk ini membuat saya frustrasi.	Produk ini membuat saya frustrasi.
	<i>The product angers me.</i>	Produk ini membuat saya marah.	Produk ini membuat saya marah.
	<i>The product makes me tired.</i>	Produk ini membuat saya lelah.	Produk ini membuat saya lelah.

Tabel 4.4 Hasil Perbandingan *Expert Bahasa* dan *Expert UX* (Lanjutan)

Kategori	Bahasa Inggris	Bahasa Indonesia (<i>Expert Bahasa</i>)	Bahasa Indonesia (<i>Expert UX</i>)
	<i>When using this product I feel exhausted.</i>	Ketika menggunakan produk ini saya merasa lelah.	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.
	<i>The product makes me feel passive.</i>	Produk ini membuat saya merasa pasif.	Produk ini membuat saya merasa pasif.
<i>Intention to Use</i>	<i>If I could, I would use the product daily.</i>	Jika bisa saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.
	<i>I can hardly wait to use the product again.</i>	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.
	<i>When using the product, I lose track of time.</i>	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.
<i>Product Loyalty</i>	<i>I would not swap this product for any other.</i>	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.
	<i>In comparison to this product, no others come close.</i>	Jika dibandingkan dengan produk yang lain tidak ada produk yang menyamai produk ini.	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.
	<i>I would get exactly this product for myself (again) at anytime.</i>	Saya akan menggunakan produk ini kembali.	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.

Tabel 4.4 merupakan hasil perbandingan penerjemahan yang dilakukan oleh *expert* bahasa dan *expert* UX untuk pernyataan pernyataan yang terdapat dalam *meCUE Questionnaire*. Kolom kategori merupakan indikator indikator dari penilaian *meCUE Questionnaire*. Sedangkan kolom bahasa inggris merupakan pernyataan pernyataan yang terdapat didalam indikator. Sedangkan untuk kolom Bahasa Indonesia (*expert* bahasa) merupakan hasil penerjemahan dari *expert* bahasa dan kolom Bahasa Indonesia (*expert* UX) merupakan hasil penerjemahan dari *expert* UX. Pada Tabel 4.4, dalam Kategori *Usefulness*, katai'keinginan' yang diartikan dari kata *goals* dari *expert* bahasa diubah menjadi kata 'tujuan' oleh *expert* UX karenaWarti 'tujuan' untuk *goals* lebih sesuai dibandingkan kata 'keinginan'. Selanjutnya, untukWkata *consider* dari *expert* bahasaWyang mengartikannyanmenjadi 'rasa' diubahnmenjadi 'menganggap' oleh *expert* UX.

Pada Kategori *Usability*, kalimat *It is quickly apparent how to use the product*, diterjemahkanIdari 'terlihat sangat jelas bagaimana cara untuk menggunakan produk ini' menjadil'cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas' oleh *expert* UX. Merujuk pada arti dari *quickly apparent*, *expert* UX memiliki pendapat bahwa kata-kata ininbermakna 'dengan cepat terlihat jelas' sehingga tata bahasanya dimaknai seperti yang telah disampaikan.

Pada Kategori *Visual Aesthetic*, kalimat "*The product is stylish*" juga terdapat sejumlah perubahan dari 'produk ini terlihat menawan' menjadi 'produk ini terlihat elegan'. Pada Kategori *Status*, kalimat "*The product would enhance my standing among peers*" yang sebelumnya diartikan 'produk ini dapat meningkatkan status saya diantara orang banyak' diubah menjadi 'produk ini dapat meningkatkan posisi saya diantara teman-teman sebaya saya' oleh *expert* UX, karena *peers* pada kalimat ini lebih tepat dimaknai secara spesifik sebagai teman-teman sebaya atau sejawat. Kalimat selanjutnya yang diubah pada kategori ini adalah kalimat *My friends could be quietly envious of this product*. Sebelumnya, kalimat ini berarti 'teman-teman saya bisa terlihat iri dengan produk ini', kemudian dimaknai oleh *expert* UX menjadi 'teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini'.

Pada Kategori *Positive Emotions*, terdapat beberapa pernyataan yang jika diartikan menjadi bahasa Indonesia bisa diartikan menjadi satu kata yang sama. Seperti *exhilarate*, *euphoric*, *cheerful*, dan *happy* dapat diartikan menjadi 'senang'. Namun, seperti hasil validasi dari *expert* UX, kata-kata ini sebaiknya diartikan menjadi kata-kata yang berbeda. Kata-kata yang dicantumkan pada kuesioner ini menggunakan kata 'senang' dari kata pada bahasa Inggris yang berbeda-beda sehingga harus diartikan dalam bahasa Indonesia dengan kata yang berbeda pula. Maka, kata *exhilarate* dimaknai dengan 'gembira', *euphoric* dimaknai dengan 'sukacita', *cheerful* dimaknai dengan 'riang', dan *happy* tetap bermakna 'senang'. Begitu pula dengan kata *relax* dan *calm* yang keduanya dapat diartikan menjadi tenang. Namun, seperti yang terlihat di Tabel 4.4 kata *relax* diubah menjadi 'rileks' dan *calm* tetap diartikan sebagai 'tenang'. Pemaknaan ini dilakukan untuk mengklasifikasi dan menyesuaikan kata-kata dengan kuesioner *meCUE* dalam bahasa Inggris.

Pada Kategori *Negative Emotions* tidak banyak yang mengalami perubahan makna, hanya pada kalimat *“When using this product I feel exhausted”* yang memiliki perubahan. *Exhausted* diartikan menjadi ‘sangat lelah’. Pada Kategori *Product Loyalty*, kalimat *“I would get exactly this product for myself (again) at anytime”* terdapat perubahan makna yang cukup jelas. Jika sebelumnya kalimat tersebut diartikan menjadi ‘Saya akan menggunakan produk ini kembali’, maka kemudian kalimat tersebut dimaknai oleh *expert UX* menjadi ‘Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang’, sehingga memiliki penekanan yang lebih mirip dengan bahasa Inggrisnya. Sehingga, berdasarkan Uji Validasi oleh *Expert Bahasa* dan *Expert UX*, hasil akhir kuesioner meCUE versi bahasa Indonesia adalah seperti pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Hasil meCUE Versi Bahasa Indonesia

Kode	Pernyataan
U.1	Produk ini mudah digunakan.
A.1	Produk ini didesain secara kreatif.
F.1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.
S.1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.
C.1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.
A.2	Desain dari produk ini terlihat menarik.
U.2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.
S.2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.
F.2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.
C.2	Produk ini seperti teman bagi saya.
A.3	Produk ini terlihat elegan.
C.3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.
U.3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.
S.3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.
F.3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.
PA.1	Produk ini membuat saya bergembira.
ND.1	Produk ini membuat saya lelah.
NA.1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.

Tabel 4.5 Hasil meCUE Versi Bahasa Indonesia (Lanjutan)

Kode	Pernyataan
PD.1	Produk ini membuat saya rileks.
ND.2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.
PD.2	Produk ini membuat saya merasa senang.
NA.2	Produk ini membuat saya frustrasi.
PA.2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.
ND.3	Produk ini membuat saya merasa pasif.
PD.3	Produk ini menenangkan saya.
PA.3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.
NA.3	Produk ini membuat saya marah.
IN.1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.
L.1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.
IN.2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.
L.2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.
L.3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.
IN.3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.
Keseluruhan	Terakhir, bagaimana Anda menilai produk ini secara keseluruhan?

Setelah diuji oleh ahli bahasa dan ahli *User Experience*, kuesioner diberikan kepada 3 ahli *User Experience* lainnya untuk mendapatkan nilai bobot dari tiap butir pernyataan. Bobot ini akan dihitung untuk mendapatkan hasil uji validitas dari setiap item pernyataan pada kuesioner berdasarkan penilaian 3 ahli UX tersebut. Kuesioner dinilai oleh 3 dosen FILKOM Universitas Brawijaya yaitu Adam Hendra Brata, S.Kom., M.T., M.Sc. (sebagai ahli UX 1), Retno Indah Rokhmawati, S.Pd., M.Pd. (sebagai ahli UX 2), dan Komang Candra Brata, S.Kom., M.T., M.Sc. (sebagai ahli UX 3). Pada setiap butir pernyataan terdapat 5 kolom penilaian yang dapat dipilih oleh masing-masing penilai. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan keterangan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5 (sangat setuju). Hasil uji Validitas ini akan dijadikan acuan untuk melakukan *pilot study* yang dilaksanakan sebelum uji aktual, dengan ini dapat digambarkan

dengan jelas penguasaan materi kuesioner oleh responden. Hasil dari bobot yang telah diuji dapat dilihat pada Tabel 4.6

Tabel 4.6 Skor Validasi Ahli

Kategori	Kode	Pernyataan	Ahli UX 1	Ahli UX 2	Ahli UX 3
Module I					
<i>Usefulness</i>	F1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	5	4	4
	F2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	3	2	4
	F3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	5	4	4
<i>Usability</i>	U1	Produk ini mudah digunakan.	5	4	4
	U2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	4	3	4
	U3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.	4	4	4
<i>Visual aesthetics</i>	A1	Produk ini didesain secara kreatif.	5	4	4
	A2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	5	4	4
	A3	Produk ini terlihat elegan.	3	3	4
<i>Status</i>	S1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	3	4	4
	S2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	2	3	4
	S3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	4	3	4

Tabel 4.6 Skor Validasi Ahli (Lanjutan)

Kategori	Kode	Pernyataan	Ahli UX 1	Ahli UX 2	Ahli UX 3
<i>Commitment</i>	C1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	5	4	4
	C2	Produk ini seperti teman bagi saya.	5	4	4
	C3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	3	2	4
Module II					
<i>Positive Emotions</i>	PA1	Produk ini membuat saya bergembira.	4	3	4
	PA2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	4	3	4
	PA3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	4	3	4
	PD1	Produk ini membuat saya rileks.	5	4	4
	PD2	Produk ini membuat saya merasa senang.	5	4	4
	PD3	Produk ini menenangkan saya.	5	4	4
<i>Negative Emotions</i>	NA2	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	5	3	4
	NA2	Produk ini membuat saya frustrasi.	5	4	4
	NA3	Produk ini membuat saya marah.	5	4	4
	ND1	Produk ini membuat saya lelah.	5	4	4
	ND2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.	5	4	4
	ND3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	5	4	4

Tabel 4.6 Skor Validasi Ahli (Lanjutan)

Kategori	Kode	Pernyataan	Ahli UX 1	Ahli UX 2	Ahli UX 3
Module III					
<i>Intention to Use</i>	IN1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	4	4	4
	IN2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	5	4	4
	IN3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	5	4	4
<i>Product Loyalty</i>	L1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	5	4	4
	L2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	4	4	4
	L3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	4	4	4

Tabel 4.6 merupakan hasil yang didapat setelah melakukan uji validitas ahli. Kolom kategori merupakan indikator indikator dari penilaian meCUE Questionnaire. Kolom kode merupakan kode indikator. Kolom pernyataan merupakan pernyataan pernyataan yang terdapat didalam indikator. Sedangkan untuk kolom ahli UX 1, 2 dan 3 merupakan hasil penilaian dari para *expert UX*. Dengan pemberian bobot tersebut, Uji Validasi ahli akan diselesaikan dengan persamaan Aiken. Hasil dari perhitungan pada persamaan Aiken tersebut dapat direpresentasikan pada Tabel 4.7 dibawah ini. Hasil uji validasi pada Tabel 4.7 dinyatakan sesuai dengan *Module* seperti pada Tabel 4.6.

Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Validasi Ahli

Kategori	Kode	Pernyataan	V
Modul I			
<i>Usefulness</i>	F1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	0,83
	F2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	0,50
	F3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	0,83
<i>Usability</i>	U1	Produk ini mudah digunakan.	0,83
	U2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	0,67
	U3	Langkah-langkah pengoperasian produk ini mudah dipahami.	0,75
<i>Visual aesthetics</i>	A1	Produk ini didesain secara kreatif.	0,83
	A2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	0,83
	A3	Produk ini terlihat elegan.	0,58
<i>Status</i>	S1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	0,67
	S2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	0,50
	S3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	0,58
<i>Commitment</i>	C1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	0,83

Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Validasi Ahli (Lanjutan)

Kategori	Kode	Pernyataan	V
	C2	Produk ini seperti teman bagi saya.	0,83
	C3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	0,50
Modul II			
<i>Positive Emotions</i>	PA1	Produk ini membuat saya bergembira.	0,67
	PA2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	0,67
	PA3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	0,67
	PD1	Produk ini membuat saya rileks.	0,83
	PD2	Produk ini membuat saya merasa senang.	0,83
	PD3	Produk ini menenangkan saya.	0,83
<i>Negative Emotions</i>	NA1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	0,75
	NA2	Produk ini membuat saya frustrasi.	0,83
	NA3	Produk ini membuat saya marah.	0,83
	ND1	Produk ini membuat saya lelah.	0,83
	ND2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.	0,83
	ND3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	0,83

Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Validasi Ahli (Lanjutan)

Kategori	Kode	Pernyataan	V
Modul III			
<i>Intention to Use</i>	IN1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	0,75
	IN2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	0,83
	IN3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	0,83
<i>Product Loyalty</i>	L1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	0,83
	L2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	0,75
	L3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	0,75

Pada Tabel 4.7 terdapat 5 butir pernyataan yang nilainya dibawah 0,69. Tabel 4.8 berikut berisi pernyataan yang tidak valid tersebut.

Tabel 4.8 Pernyataan Tidak Valid Hasil Validasi Ahli

Kode	Pernyataan	V
F2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	0,50
A3	Produk ini terlihat elegan.	0,58
S2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	0,50

Tabel 4.8 Pernyataan Tidak Valid Hasil Validasi Ahli (Lanjutan)

Kode	Pernyataan	V
S3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	0,58
C3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	0,50

Pernyataan yang tidak valid akan diberikan masukan sehingga pada pernyataan tersebut harus dicantumkan catatan yang lebih spesifik saat pendistribusian kuesioner. Untuk mempermudah koresponden dalam memahami isi pernyataan, maka semua aspek pernyataan harus diberikan catatan agar koresponden dapat memilih jawaban yang sesuai dengan maksud pernyataan. Berikut tabel pernyataan kuesioner beserta catatan untuk mempermudah responden dalam memahami pernyataan pada kuesioner.

Tabel 4.9 Pernyataan kuesioner *pilot study* Aplikasi Traveloka

Indikator	Kode	Pernyataan	Catatan
<i>Usability</i>	U.1	Produk ini mudah digunakan.	Aplikasi Traveloka mudah digunakan
<i>Visual aesthetic</i>	A.1	Produk ini di desain secara kreatif.	Aplikasi Traveloka di desain secara kreatif
<i>Usefulness</i>	F.1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	Misal tujuan Anda adalah melihat jadwal penerbangan, dan Aplikasi Traveloka dapat menunjukkan hasil jadwal yang sesuai, maka Aplikasi Traveloka sesuai dengan tujuan Anda.

Tabel 4.9 Pernyataan kuesioner *pilot study* Aplikasi Traveloka (Lanjutan)

Indikator	Kode	Pernyataan	Catatan
<i>Status</i>	S.1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	Ketika menggunakan Aplikasi Traveloka saya dapat meningkatkan status atau derajat saya diantara teman teman sebaya saya
<i>Commitment</i>	C.1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	Saya tidak bisa hidup tanpa Aplikasi Traveloka ini
<i>Visual Aesthetic</i>	A.2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	Desain dari Aplikasi Traveloka terlihat menarik
<i>Usability</i>	U.2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	Ketika pertama kali menggunakan Aplikasi Traveloka, saya dengan cepat menggunakannya atau mengoprasikannya
<i>Status</i>	S.2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	Maksudnya: dengan menggunakan Aplikasi Traveloka, Anda akan dipandang secara berbeda oleh orang disekitar Anda (Anda akan diterima oleh orang disekitar Anda secara lebih baik). Sehingga orang lain dapat berpendapat seperti misal: 'Anda memiliki pengetahuan yang baik sehingga dapat menggunakan aplikasi ini'
<i>Usefulness</i>	F.2	Saya mempertimbangkan produk ini sangat berguna.	Saya mempertimbangkan bahwa Aplikasi Traveloka sangat berguna

Tabel 4.9 Pernyataan kuesioner *pilot study* Aplikasi Traveloka (Lanjutan)

Indikator	Kode	Pernyataan	Catatan
<i>Commitment</i>	C.2	Produk ini seperti teman bagi saya.	Kapanpun dan dimanapun Anda ingin memesan tiket pesawat/melihat jadwal penerbangan pesawat, Anda selalu teringat dan menggunakan Aplikasi Traveloka.
<i>Visual Aesthetic</i>	A.3	Produk ini terlihat elegan.	Aplikasi Traveloka bagi saya terlihat stylish
<i>Commitment</i>	C.3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	Jika Anda tidak dapat menggunakan Aplikasi Traveloka, Anda akan merasa bingung karena kesulitan mencari aplikasi lain yang sejenis.
<i>Usability</i>	U.3	Langkah-langkah pengoprasian produk ini mudah dipahami.	Langkah-langkah pengoprasian aplikasi traveloka menurut saya mudah dipahami.
<i>Status</i>	S.3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	Ketika Saya menggunakan Aplikasi Traveloka teman-teman saya diam diam menjadi iri terhadap Saya.
<i>Usefulness</i>	F.3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	dengan menggunakan Aplikasi Traveloka, tujuan Anda dapat tercapai. Misal tujuan Anda adalah memesan tiket penerbangan pesawat untuk malam ini, dan dengan Aplikasi Traveloka, Anda dapat menyelesaikan pesanan Anda dengan baik, maka Aplikasi Traveloka telah membantu Anda mencapai tujuan Anda.

Tabel 4.9 Pernyataan kuesioner *pilot study* Aplikasi Traveloka (Lanjutan)

Indikator	Kode	Pernyataan	Catatan
<i>Positive emotions</i>	PA.1	Produk ini membuat saya bergembira.	ketika saya menggunakan Aplikasi Traveloka saya merasa senang dan tidak akan berpikir panjang untuk menggunakannya kembali.
<i>Negative emotions</i>	ND.1	Produk ini membuat saya lelah.	warna yang digunakan dalam Aplikasi Traveloka terlalu cerah, tulisan terlalu kecil, tombol terlalu kecil sehingga membuat mata Anda lelah.
Negative emotions	NA.1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	Ketika menggunakan saat menggunakan Aplikasi Traveloka, banyak warna yang tidak sesuai sehingga Anda merasa terganggu dengan warna tersebut. Atau ada beberapa tulisan, gambar, atau tombol yang terlalu besar atau kecil, notifikasi yang mengganggu, tata letak tulisan, gambar, atau tombol yang tidak sesuai, sehingga Anda merasa terganggu saat menggunakan Aplikasi Traveloka
<i>Positive emotions</i>	PD.1	Produk ini membuat saya rileks.	ketika Anda terburu-buru ingin memesan tiket penerbangan, dan tidak memiliki waktu untuk datang ke bandara, Anda menjadi rileks/tenang karena Anda tahu bahwa hanya dengan menggunakan Aplikasi Traveloka, Anda dapat memesan tiket pesawat dengan mudah.
<i>Negative emotions</i>	ND.2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.	saat menggunakan Aplikasi Traveloka Anda merasa lelah karena harus menekan dan memasukkan banyak pilihan atau proses transaksi terlalu panjang dan banyak opsi yang harus dipilih.

Tabel 4.9 Pernyataan kuesioner *pilot study* Aplikasi Traveloka (Lanjutan)

Indikator	Kode	Pernyataan	Catatan
<i>Positive emotions</i>	PD.2	Produk ini membuat saya merasa senang.	Ketika menggunakan Aplikasi Traveloka membuat saya merasa senang.
<i>Negative emotions</i>	NA.2	Produk ini membuat saya frustrasi.	ketika Anda ingin mencari tiket pesawat untuk tanggal 8, namun yang terpilih adalah tanggal 10 dan itu terjadi secara berulang kali, maka hal tersebut membuat Anda frustrasi. Atau misal, ketika sedang mencari destinasi tujuan, Anda harus memilih secara manual dan scroll ke bawah dan tidak bisa mencari secara otomatis dengan memasukkan kata kunci saja, maka Anda merasa frustrasi dengan hal ini.
<i>Positive emotions</i>	PA.2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	dengan menggunakan Aplikasi Traveloka, Anda dapat mengumpulkan poin, sehingga Anda merasa sangat bersukacita untuk menggunakan aplikasi dan mengumpulkan poinnya.
<i>Negative emotions</i>	ND.3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	Ketika saya menggunakan Aplikasi traveloka, membuat saya merasa pasif tidak perlu melakukan usaha lebih dalam mencapai tujuan..
<i>Positive emotions</i>	PD.3	Produk ini menenangkan saya.	saat akan melakukan perjalanan menggunakan pesawat dan melakukan pemesanan melalui Aplikasi Traveloka, Anda tidak harus mencetak tiket pesawat karena terdapat e-ticket pada aplikasi, sehingga hal ini menenangkan Anda karena Anda tidak harus buru-buru ke bandara untuk mencetak tiket.

Tabel 4.9 Pernyataan kuesioner *pilot study* Aplikasi Traveloka (Lanjutan)

Indikator	Kode	Pernyataan	Catatan
<i>Positive emotions</i>	PA.3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	ketika menggunakan produk ini Anda bisa mendapatkan poin dari transaksi, menemukan tombol atau gambar yang interaktif sehingga Anda merasa riang saat menggunakan Aplikasi Traveloka.
<i>Negative emotions</i>	NA.3	Produk ini membuat saya marah.	Misal: karena banyak fitur yang tidak dapat digunakan dengan baik. Atau terjadi kesalahan tanggal saat tiket terbit, padahal tanggal yang telah dimasukkan sudah benar..
<i>Intention of use</i>	IN.1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	Jika bisa, saya akan menggunakan Aplikasi Traveloka setiap hari
<i>Product loyalty</i>	L.1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	Saya tidak akan mengganti Aplikasi Traveloka dengan Aplikasi lainnya yang sejenis
<i>Intention of use</i>	IN.2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan Aplikasi Traveloka kembali.
<i>Product loyalty</i>	L.2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	Jika dibandingkan dengan Aplikasi lain yang sejenis, tidak ada yang menyamai Aplikasi Traveloka.
<i>Product loyalty</i>	L.3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	kedepannya, Anda akan terus menggunakan Aplikasi Traveloka lagi secara terus menerus saat Anda membutuhkan tiket pesawat.

Tabel 4.9 Pernyataan kuesioner *pilot study* Aplikasi Traveloka (Lanjutan)

Indikator	Kode	Pernyataan	Catatan
<i>Intention of use</i>	IN.3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	Ketika menggunakan Aplikasi Traveloka saya lupa waktu.
<i>Overall of Product</i>	Keseluruhan	Terakhir, bagaimana Anda menilai produk ini secara keseluruhan?	Bagaimana Anda menilai Aplikasi Traveloka secara keseluruhan ?

4.2 Pengujian Instrumen penelitian

4.2.1 Pengujian Validitas

Uji validitas merupakan uji data yang digunakan untuk mengetahui kecermatan item dalam mengukur. Metode pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode korelasi pearson dan data tersebut diolah dengan perangkat lunak statistik SPSS 2.5. Suatu item akan dikatakan valid apabila nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$. Diketahui dalam penelitian ini pada aplikasi Traveloka menggunakan jumlah responden diluar sampel sebesar 30 orang. Sehingga $df = 30 - 2$ dan ditetapkan untuk significant level sebesar 5%. Dari penetapan tersebut dijelaskan bahwa r_{tabel} pada penelitian ini sebesar 0.361. Butir pernyataan yang dikategorikan valid menunjukkan bahwa pernyataan ini dapat digunakan untuk memperoleh data tersebut dengan valid atau dapat dipakai untuk menilai variabel yang harus diukur. Berikut data hasil dari uji validitas.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel *Product Perceptions* Pada Aplikasi Traveloka

Kode	Rtabel	Rhasil	Keterangan
F.1	0.361	0.489	Valid
F.2	0.361	0.715	Valid
F.3	0.361	0.540	Valid
U.1	0.361	0.591	Valid
U.2	0.361	0.712	Valid
U.3	0.361	0.408	Valid
A.1	0.361	0.595	Valid
A.2	0.361	0.645	Valid
A.3	0.361	0.700	Valid
S.1	0.361	0.482	Valid
S.2	0.361	0.442	Valid
S.3	0.361	0.371	Valid
C.1	0.361	0.516	Valid
C.2	0.361	0.596	Valid
C.3	0.361	0.524	Valid

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada variabel *product perceptions* hampir keseluruhan pernyataan yang diuji validitasnya menunjukan nilai tersebut r_{tabel} , yaitu pada kode F.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.489 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode F.2

hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.715 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode F.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.540 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode U.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.591 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode U.2 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.712 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode U.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.408 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode A.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.595 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode A.2 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.645 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode A.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.700 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode S.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.482 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode S.2 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.442 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode S.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.371 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode C.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.516 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode C.2 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.596 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode C.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.524 yang berarti masuk dalam kategori valid. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada item yang tidak valid sehingga bisa digunakan untuk mengukur.

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel *User Emotions* Pada Aplikasi Traveloka

Kode	Rtabel	Rhasil	Keterangan
PA.1	0.361	0.420	Valid
PA.2	0.361	0.419	Valid
PA.3	0.361	0.425	Valid
PD.1	0.361	0.467	Valid
PD.2	0.361	0.427	Valid
PD.3	0.361	0.473	Valid
NA.1	0.361	0.771	Valid
NA.2	0.361	0.846	Valid
NA.3	0.361	0.578	Valid
ND.1	0.361	0.811	Valid
ND.2	0.361	0.579	Valid

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel *User Emotions* Pada Aplikasi Traveloka (Lanjutan)

Kode	Rtabel	Rhasil	Keterangan
ND.3	0.361	0.650	Valid

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada variabel *user emotions* hampir keseluruhan pernyataan yang diuji validitasnya menunjukan nilai tersebut rtabel, yaitu pada kode PA.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.420 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode PA.2 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.419 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode PA.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.425 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode PD.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.467 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode PD.2 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.427 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode PD.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.473 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode NA.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.771 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode NA.2 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.846 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode NA.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.578 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode ND.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.811 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode ND.2 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.555 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode ND.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.579 yang berarti masuk dalam kategori valid. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada item yang tidak valid sehingga bisa digunakan untuk mengukur.

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel *Consequence* Pada Aplikasi Traveloka

Kode	Rtabel	Rhasil	Keterangan
IN.1	0.361	0.830	Valid
IN.2	0.361	0.856	Valid
IN.3	0.361	0.573	Valid
L.1	0.361	0.841	Valid
L.2	0.361	0.806	Valid
L.3	0.361	0.764	Valid

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada variabel *Consequence* keseluruhan pernyataan yang diuji validitasnya menunjukan nilai tersebut rtabel, yaitu pada kode IN.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.830 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kode IN.2 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.856 yang berarti masuk dalam kategori

valid, kemudian pada kategori IN.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.573 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kategori L.1 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.841 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kategori L.2 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.806 yang berarti masuk dalam kategori valid, kemudian pada kategori L.3 hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.764 yang berarti masuk dalam kategori valid. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel *consequence* valid sehingga bisa digunakan untuk mengukur.

4.2.2 Pengujian Reliabilitas

Tahap selanjutnya dalam penelitian ini adalah melakukan pengujian reliabilitas menggunakan SPSS 2.5. Jika hasil nilai *Cronbach's Alpha* pada kuesioner >0.700 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang akan digunakan bisa dikatakan benar benar reliabel. Hasil uji reliabilitas instrument penelitian adalah sebagai berikut

Tabel 4.13 Hasil Uji reliabilitas Tiap Variabel Pada Aplikasi Traveloka

Indikator	Nilai <i>Cronbach's Alpha minimum</i>	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Product Perceptions	0.700	0.806	Valid
User Emotions	0.700	0.818	Valid
Consequence	0.700	0.872	Valid

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas pada tiap tiap variabel pada Aplikasi traveloka secara keseluruhan pernyataan yang diuji hasilnya valid. Dalam variabel *Product Perceptions* hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.806, kemudian dalam variabel *User Emotions* hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.818, kemudian dalam indikator *Consequence* hasil yang didapatkan menunjukkan angka 0.872. Dari hasil pengujian reliabilitas pada aplikasi traveloka tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang akan digunakan dapat dikatakan benar benar reliabel.

4.3 Kuesioner Pengujian

Tabel 4.14 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Traveloka

Kode	Pernyataan	Catatan
U.1	Produk ini mudah digunakan.	Aplikasi Traveloka mudah digunakan
A.1	Produk ini di desain secara kreatif.	Aplikasi Traveloka di desain secara kreatif
F.1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	Fungsi dari Aplikasi Traveloka sangat tepat dengan tujuan saya
S.1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	Dengan menggunakan Aplikasi Traveloka, derajat Anda dapat terlihat lebih baik atau lebih tinggi dibandingkan dengan teman Anda yang menggunakan aplikasi serupa yang berbeda
C.1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	Saya tidak bisa hidup tanpa Aplikasi Traveloka ini
A.2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	Desain dari Aplikasi Traveloka terlihat menarik
U.2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	Ketika pertama kali menggunakan Aplikasi Traveloka, saya dengan cepat menggunakannya atau mengoprasikannya
S.2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	Maksudnya: dengan menggunakan Aplikasi Traveloka, Anda akan dipandang secara berbeda oleh orang disekitar Anda (Anda akan diterima oleh orang disekitar Anda secara lebih baik). Sehingga orang lain dapat berpendapat seperti misal: 'Anda memiliki pengetahuan yang baik sehingga dapat menggunakan aplikasi ini'
F.2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	Saya mempertimbangkan bahwa Aplikasi Traveloka sangat berguna
C.2	Produk ini seperti teman bagi saya.	Kapanpun dan dimanapun Anda ingin memesan tiket pesawat/melihat jadwal penerbangan pesawat, Anda selalu teringat dan menggunakan Aplikasi Traveloka.

Tabel 4.14 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Traveloka (Lanjutan)

Kode	Pernyataan	Catatan
A.3	Produk ini terlihat elegan.	Aplikasi Traveloka bagi saya terlihat stylish
C.3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	Jika Anda tidak dapat menggunakan Aplikasi Traveloka, Anda akan merasa bingung karena kesulitan mencari aplikasi lain yang sejenis.
U.3	Langkah-langkah pengoprasian produk ini mudah dipahami.	Langkah-langkah pengoprasian aplikasi Traveloka menurut saya mudah dipahami.
S.3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	Teman-teman Anda yang melihat Anda menggunakan Aplikasi Traveloka, diam-diam iri kepada Anda karena Anda dapat menggunakan Aplikasi Traveloka.
F.3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	Dengan bantuan Aplikasi Traveloka saya dengan menggunakan Aplikasi Traveloka, tujuan Anda dapat tercapai. Misal tujuan Anda adalah memesan tiket penerbangan pesawat untuk malam ini, dan dengan Aplikasi Traveloka, Anda dapat menyelesaikan pesanan Anda dengan baik, maka Aplikasi Traveloka telah membantu Anda mencapai tujuan Anda.
PA.1	Produk ini membuat saya bergembira	ketika saya menggunakan Aplikasi Traveloka saya merasa senang dan tidak akan berpikir panjang untuk menggunakannya kembali.
ND.1	Produk ini membuat saya lelah.	warna yang digunakan dalam Aplikasi Traveloka terlalu cerah, tulisan terlalu kecil, tombol terlalu kecil sehingga membuat mata Anda lelah.
NA.1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	saat menggunakan Aplikasi Traveloka, banyak warna yang tidak sesuai sehingga Anda merasa terganggu dengan warna tersebut. Atau ada beberapa tulisan, gambar, atau tombol yang terlalu besar atau kecil, notifikasi yang mengganggu, tata letak tulisan, gambar, atau tombol yang tidak sesuai, sehingga Anda merasa terganggu saat menggunakan Aplikasi Traveloka

Tabel 4.14 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Traveloka (Lanjutan)

Kode	Pernyataan	Catatan
PD.1	Produk ini membuat saya rileks.	ketika Anda terburu-buru ingin memesan tiket penerbangan, dan tidak memiliki waktu untuk datang ke bandara, Anda menjadi rileks/tenang karena Anda tahu bahwa hanya dengan menggunakan Aplikasi Traveloka, Anda dapat memesan tiket pesawat dengan mudah.
PA.3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	ketika menggunakan produk ini Anda bisa mendapatkan poin dari transaksi, menemukan tombol atau gambar yang interaktif sehingga Anda merasa riang saat menggunakan Aplikasi Traveloka.
NA.3	Produk ini membuat saya marah.	Misal: karena banyak fitur yang tidak dapat digunakan dengan baik. Atau terjadi kesalahan tanggal saat tiket terbit, padahal tanggal yang telah dimasukkan sudah benar.
IN.1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	Jika bisa, saya akan menggunakan Aplikasi Traveloka setiap hari
L.1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	Saya tidak akan mengganti Aplikasi Traveloka dengan Aplikasi lainnya yang sejenis
IN.2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan Aplikasi Traveloka kembali.
L.2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	Jika dibandingkan dengan Aplikasi lain yang sejenis, tidak ada yang menyamai Aplikasi Traveloka.
L.3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	kedepannya, Anda akan terus menggunakan Aplikasi Traveloka lagi secara terus menerus saat Anda membutuhkan tiket pesawat.
IN.3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	Ketika menggunakan Aplikasi Traveloka saya lupa waktu.

Tabel 4.14 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Traveloka (Lanjutan)

Kode	Pernyataan	Catatan
Keseluruhan	Terakhir, bagaimana Anda menilai produk ini secara keseluruhan?	Bagaimana Anda menilai Aplikasi Traveloka secara keseluruhan ?

Tabel 4.19 merupakan hasil kuesioner akhir dari pengujian kuesioner validitas dan reliabilitas pada aplikasi Traveloka.

Kemudian untuk mengetahui hasil perbandingan *user experience* antara Traveloka dan Pegipegi, kuesioner ini diujikan juga kepada Pegipegi agar didapatkan juga hasil Pegipegi sehingga dapat mengetahui hasil pengujian *user experience* Pegipegi serta mengetahui hasil perbandingannya.

Tabel 4.15 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Pegipegi

Kode	Pernyataan	Catatan
U.1	Produk ini mudah digunakan.	Aplikasi Pegipegi mudah digunakan
A.1	Produk ini di desain secara kreatif.	Aplikasi Pegipegi di desain secara kreatif
F.1	Fungsi dari produk ini sangat tepat dengan tujuan saya.	Misal tujuan Anda adalah melihat jadwal penerbangan, dan Aplikasi Pegipegi dapat menunjukkan hasil jadwal yang sesuai, maka Aplikasi Pegipegi sesuai dengan tujuan Anda.
S.1	Produk ini dapat meningkatkan status saya diantara teman-teman sebaya saya.	Dengan menggunakan Aplikasi Pegipegi, derajat Anda dapat terlihat lebih baik atau lebih tinggi dibandingkan dengan teman Anda yang menggunakan aplikasi serupa yang berbeda.
C.1	Saya tidak bisa hidup tanpa produk ini.	Saya tidak bisa hidup tanpa Aplikasi Pegipegi ini
A.2	Desain dari produk ini terlihat menarik.	Desain dari Aplikasi Pegipegi terlihat menarik
U.2	Cara untuk menggunakan produk ini dapat dengan cepat terlihat jelas.	Ketika pertama kali menggunakan Aplikasi Pegipegi, saya dengan cepat menggunakannya atau mengoprasikannya

Tabel 4.20 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Pegipegi (Lanjutan)

Kode	Pernyataan	Catatan
S.2	Dengan menggunakan produk ini saya akan terlihat berbeda.	Dengan menggunakan Aplikasi Pegipegi Anda akan dipandang secara berbeda oleh orang disekitar Anda (Anda akan diterima oleh orang disekitar Anda secara lebih baik). Sehingga orang lain dapat berpendapat seperti misal: 'Anda memiliki pengetahuan yang baik sehingga dapat menggunakan aplikasi ini'
F.2	Saya menganggap produk ini sangat berguna.	Saya mempertimbangkan bahwa Aplikasi Pegipegi sangat berguna
C.2	Produk ini seperti teman bagi saya	kapanpun dan dimanapun Anda ingin memesan tiket pesawat/melihat jadwal pesawat, Anda selalu teringat dan menggunakan Aplikasi PegiPegi.
A.3	Produk ini terlihat elegan.	Aplikasi Pegipegi bagi saya terlihat stylish
C.3	Jika saya kehilangan produk ini saya akan merasa kacau.	Jika saya kehilangan aplikasi Pegipegi saya akan merasa benar benar sangat kerepotan, hancur dan kacau.
U.3	Langkah-langkah pengoprasian produk ini mudah dipahami.	Langkah-langkah pengoprasian aplikasi Pegipegi menurut saya mudah dipahami.
S.3	Teman-teman saya dapat secara diam-diam menjadi iri terhadap saya dengan produk ini.	Teman-teman Anda yang melihat Anda menggunakan Aplikasi Pegipegi, diam-diam iri kepada Anda karena Anda dapat menggunakan Aplikasi Pegipegi.
F.3	Dengan bantuan produk ini saya akan mencapai tujuan saya.	Dengan menggunakan Aplikasi Pegipegi tujuan Anda dapat tercapai. Misal tujuan Anda adalah memesan tiket Pesawat untuk malam ini, dan dengan Aplikasi Pegipegi, Anda dapat menyelesaikan pesanan Anda dengan baik, maka Aplikasi Pegipegi telah membantu Anda mencapai tujuan Anda.

Tabel 4.20 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Pegipegi (Lanjutan)

Kode	Pernyataan	Catatan
PA.1	Produk ini membuat saya bergembira	ketika saya menggunakan Aplikasi Pegipegi saya merasa senang dan tidak akan berpikir panjang untuk menggunakannya kembali.
ND.1	Produk ini membuat saya lelah.	warna yang digunakan terlalu cerah, tulisan terlalu kecil, tombol terlalu kecil sehingga membuat mata Anda lelah.
NA.1	Produk ini membuat saya merasa terganggu.	saat menggunakan Aplikasi Pegipegi banyak warna yang tidak sesuai sehingga Anda merasa terganggu dengan warna tersebut. Atau ada beberapa tulisan, gambar, atau tombol yang terlalu besar atau kecil, notifikasi yang mengganggu, tata letak tulisan, gambar, atau tombol yang tidak sesuai, sehingga Anda merasa terganggu saat menggunakan Aplikasi Traveloka.
PD.1	Produk ini membuat saya rileks.	ketika Anda terburu-buru ingin memesan tiket pesawat, dan tidak memiliki waktu untuk datang ke bandara, Anda menjadi rileks/tenang karena Anda tahu bahwa hanya dengan menggunakan Aplikasi Pegipegi, Anda dapat memesan tiket pesawat dengan mudah.
ND.2	Ketika menggunakan produk ini saya merasa sangat lelah.	saat menggunakan Aplikasi Pegipegi Anda merasa lelah karena harus menekan dan memasukkan banyak pilihan atau proses transaksi terlalu panjang dan banyak opsi yang harus dipilih.
PD.2	Produk ini membuat saya merasa senang.	Aplikasi Pegipegi memiliki fitur yang tidak terlalu banyak sehingga terlihat sederhana dan mudah digunakan, dan hal tersebut menjadikan Anda senang untuk menggunakan Aplikasi Pegipegi.
NA.2	Produk ini membuat saya frustrasi.	ketika Anda ingin mencari tiket pesawat untuk tanggal 8, namun yang terpilih adalah tanggal 10 dan itu terjadi secara berulang kali, maka hal tersebut membuat Anda frustrasi. Atau misal, ketika sedang mencari destinasi tujuan, Anda harus memilih secara manual dan scroll ke bawah dan tidak bisa mencari secara otomatis dengan memasukkan kata kunci saja, maka Anda merasa frustrasi dengan hal ini.

Tabel 4.20 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Pegipegi (Lanjutan)

Kode	Pernyataan	Catatan
PA.2	Produk ini membuat saya merasa sangat bersukacita.	dengan menggunakan Aplikasi Pegipegi, Anda dapat mengumpulkan poin, sehingga Anda merasa sangat bersukacita untuk menggunakan aplikasi dan mengumpulkan poinnya.
ND.3	Produk ini membuat saya merasa pasif.	Ketika saya menggunakan Aplikasi Pegipegi, membuat saya merasa pasif tidak perlu melakukan usaha lebih dalam mencapai tujuan.
PD.3	Produk ini menenangkan saya.	saat akan melakukan perjalanan menggunakan pesawat dan melakukan pemesanan melalui Aplikasi Pegipegi, Anda tidak harus mencetak tiket pesawat karena terdapat e-ticket pada aplikasi, sehingga hal ini menenangkan Anda karena Anda tidak harus buru-buru ke bandara untuk mencetak tiket.
PA.3	Ketika menggunakan produk ini saya merasa riang.	ketika menggunakan produk ini Anda bisa mendapatkan poin dari transaksi, menemukan tombol atau gambar yang interaktif sehingga Anda merasa riang saat menggunakan Aplikasi Pegipegi.
NA.3	Produk ini membuat saya marah.	misal : karena banyak fitur yang tidak dapat digunakan dengan baik. Atau terjadi kesalahan tanggal saat tiket terbit, padahal tanggal yang telah dimasukkan sudah benar.
IN.1	Jika bisa, saya akan menggunakan produk ini setiap hari.	Jika bisa, saya akan menggunakan Aplikasi Pegipegi setiap hari
L.1	Saya tidak akan mengganti produk ini dengan yang lain.	Saya tidak akan mengganti Aplikasi Pegipegi dengan Aplikasi lainnya yang sejenis
IN.2	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan produk ini kembali.	Saya sudah tidak sabar menunggu untuk menggunakan Aplikasi Pegipegi kembali.

Tabel 4.20 Hasil Kuesioner terhadap Aplikasi Pegipegi (Lanjutan)

Kode	Pernyataan	Catatan
L.2	Jika dibandingkan dengan produk yang lain, tidak ada produk yang menyamai produk ini.	Jika dibandingkan dengan Aplikasi lain yang sejenis, tidak ada yang menyamai Aplikasi Pegipegi.
L.3	Saya akan memilih produk ini lagi untuk diri saya kapanpun di masa mendatang.	kedepannya, Anda akan terus menggunakan Aplikasi Pegipegi lagi secara terus menerus saat Anda membutuhkan tiket pesawat.
IN.3	Ketika menggunakan produk ini saya lupa waktu.	Ketika menggunakan Aplikasi Pegipegi saya lupa waktu.
Keseluruhan	Terakhir, bagaimana Anda menilai produk ini secara keseluruhan?	Bagaimana Anda menilai Aplikasi Pegipegi secara keseluruhan ?

Tabel 4.20 merupakan hasil kuesioner akhir dari pengujian kuesioner validitas dan reliabilitas pada aplikasi Pegipegi.

BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah mendistribusikan kuesioner pada koresponden, dalam penelitian ini mendapat 60 hasil responden yang valid serta sesuai untuk memenuhi sampel pada penelitian ini. Responden yang memenuhi kriteria memiliki persona sebagai berikut. Rentang usia pengguna yang didapatkan antara 20 hingga 26 tahun dengan jumlah usia 20 sebanyak 2 orang, 21 sebanyak 8 orang, 22 sebanyak 28 orang, 23 tahun sebanyak 11 orang, 24 tahun sebanyak 6 orang, 25 tahun sebanyak 2 orang dan usia 26 tahun sebanyak 3 orang. Dengan intensitas penggunaan pada aplikasi Traveloka jarang sebanyak 37 orang, sering sebanyak 20 orang, sangat sering sebanyak 3 orang. Intensitas penggunaan pada aplikasi Pegipegi jarang sebanyak 56 sering sebanyak 4 orang, dan sangat sering 0 orang. Hasil valid yang telah didapatkan akan dimasukkan dan dihitung oleh perhitungan meCUE versi 4 *Module* sehingga didapatkan hasil sebagai berikut.

5.1 Hasil Evaluasi aplikasi Traveloka

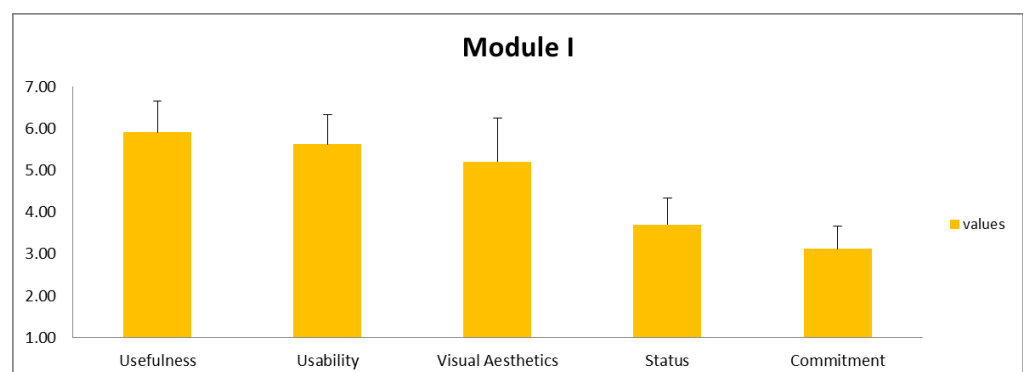
Pada bagian ini, akan dijelaskan hasil evaluasi untuk aplikasi Traveloka pada bagian pemesanan tiket pesawat menggunakan kuesioner meCUE.

A. Module I

Pada *Module I* terdapat 5 indikator yang terkait dengan *product perceptions*. Berikut paparan nilai rata-rata setiap indikator pada *Module* ini.

1. *usefulness* : 5.90
2. *usability* : 5.62
3. *Visual Aesthetic* : 5.20
4. *Status* : 3.70
5. *Commitment* : 3.12

Seluruh nilai tersebut direpresentasikan secara grafis melalui Gambar 5.1.



Gambar 5.1 Hasil Evaluasi Module I Aplikasi Traveloka

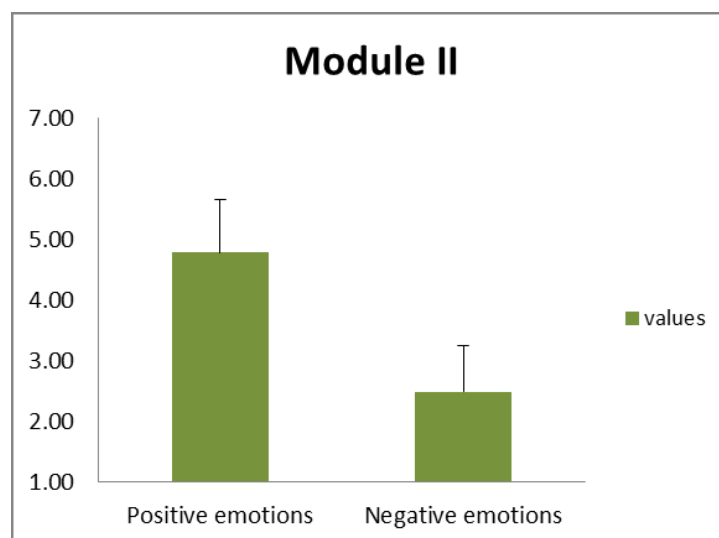
Hasil uji menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi dicapai oleh indikator *Usefulness* dengan nilai 5.90, kemudian diikuti oleh kategori *Usability* dengan mendapatkan nilai rata-rata 5.63, *Visual Aesthetic* dengan nilai rata-rata 5.20, *Status* dengan nilai rata-rata 3.58, serta yang terendah kategori *commitment* dengan nilai rata-rata 3.12. Berdasarkan hasil nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk kategori *Usefulness* ini, pengguna menilai aplikasi Traveloka merupakan aplikasi yang memiliki tingkat kegunaan yang sangat tinggi karena nilai yang didapatkan hampir mencapai angka 7 yang merupakan nilai tertinggi dari evaluasi. Sementara usability bermakna sebagai aspek yang mengukur kemudahan penggunaan produk, menurut hasil uji yang diperoleh dari pengguna aplikasi Traveloka ini juga cukup mudah digunakan mengingat nilai yang dihasilkan juga tidak terpaut jauh dengan kategori *usefulness*. Kemudian dari segi *visual Aesthetic* pengguna sudah merasa puas dengan tampilan aplikasi Traveloka. Dari segi Status dan Commitment dilihat dari perolehan hasil nilai yang dapat dikatakan rendah karena dibawah angka 4 dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna tidak merasa bahwa dirinya dipandang berbeda ketika menggunakan produk tersebut, serta tidak terlalu membutuhkan produk tersebut dalam kehidupan mereka dikarenakan aplikasi ini tidak dibuat untuk membantu kehidupan sehari-hari.

B. Module II

Pada *Module II* terdapat 2 indikator yang terkait dengan *user emotions*. Berikut paparan dari nilai rata-rata setiap indikator pada *Module* ini.

1. *Positive Emotions* : 4.88
2. *Negative Emotions* : 2.49

Seluruh nilai tersebut direpresentasikan secara grafis melalui Gambar 5.2.



Gambar 5.2 Hasil Evaluasi Module II Aplikasi Traveloka

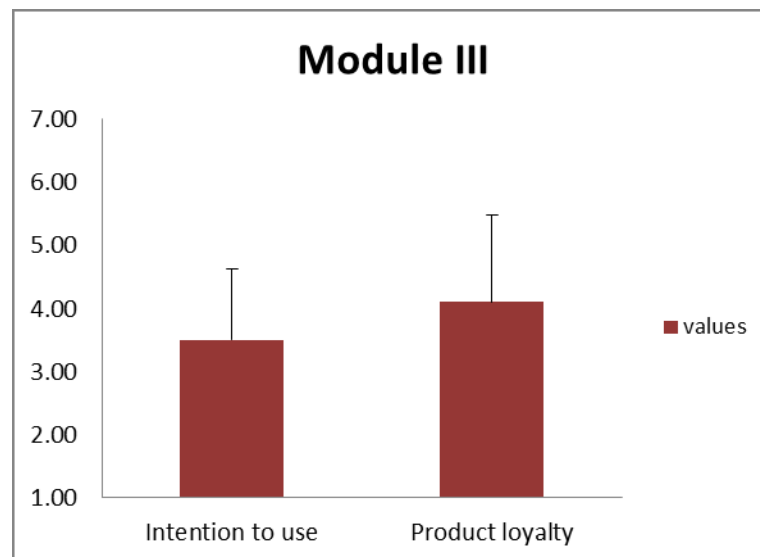
Hasil nilai rata-rata *Positive Emotions* yang mendapatkan nilai sebesar 4.93 menunjukkan bahwa pengguna memiliki perasaan positif saat menggunakan aplikasi Traveloka. Disisi lain untuk perasaan negative emotion yang hanya mendapatkan nilai rata-rata 2.49 menunjukkan bahwa pengguna memiliki perasaan negatif yang kecil ketika menggunakan aplikasi ini.

C. Module III

Pada *Module III* terdapat 2 indikator yang terkait dengan *consequences of use*. Berikut paparan dari nilai rata-rata setiap indikator pada Module ini.

1. *Intention to use* : 3.50
2. *Product loyalty* : 4.10

Seluruh nilai tersebut direpresentasikan secara grafis melalui Gambar 5.3.

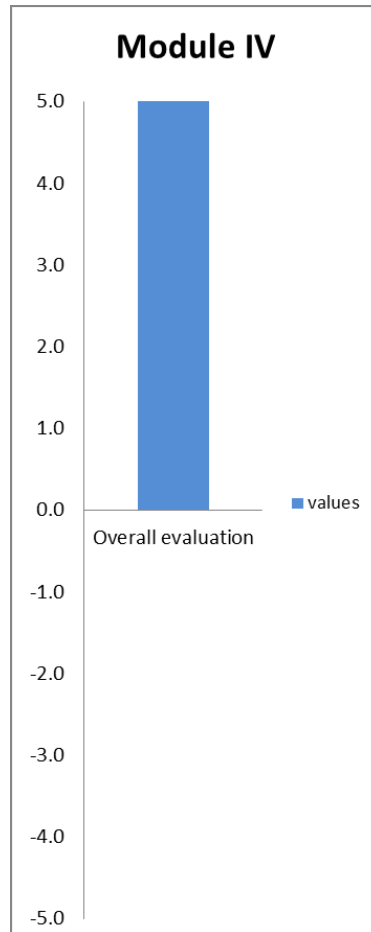


Gambar 5.3 Hasil Evaluasi Module II Aplikasi Traveloka

Hasil rata-rata *Intention to use* yang mendapatkan nilai 3.50 menunjukkan bahwa pengguna Traveloka memiliki intensitas penggunaan yang minim. Disisi lain pada *Product Loyalty* pengguna memiliki loyalitas terhadap produk yang cukup baik yang ditunjukkan dengan nilai yang didapatkan tersebut 4.

D. Module IV

Module IV berkaitan dengan penilaian keseluruhan tentang produk aplikasi Traveloka. Nilai rata-rata yang didapatkan untuk keseluruhan dari aplikasi Traveloka sebesar 5.8. Nilai tersebut direpresentasikan dengan grafik melalui Gambar 5.4.



Gambar 5.4 Hasil Evaluasi Module IV Aplikasi Traveloka

Berdasarkan nilai tersebut, idapat disimpulkan bahwa aplikasi ini dinilai sangat memuaskan oleh pengguna karena hasil yang didapat mencapai nilai 5,8 yang mendekati angka 7 yang merupakan nilai maksimum dalam penilaian ini.

5.2 Hasil Evaluasi Aplikasi PegiPegi

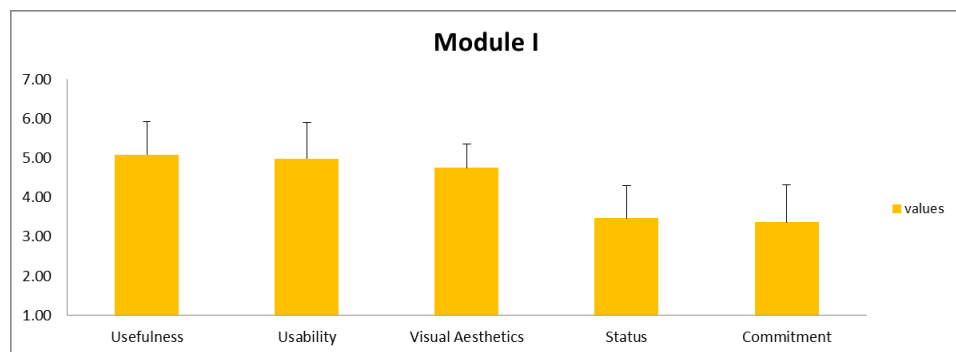
Pada bagian ini, akan dijelaskan hasil evaluasi untuk aplikasi Traveloka pada bagian pemesanan tiket pesawat menggunakan kuesioner meCUE.

A. Module I

Pada *Module I* mempunyai 5 indikator terkait dengan *product perceptions*. Berikut paparan nilai rata-rata setiap indikator pada Module ini.

1. *usefulness* : 5.08
2. *usability* : 4.98
3. *Visual Aesthetic* : 4.75
4. *Status* : 3.47
5. *Commitment* : 3.37

Seluruh nilai tersebut direpresentasikan secara grafis melalui Gambar 5.5.



Gambar 5.5 Hasil Evaluasi Module I Aplikasi Pegipegi

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai rata-rata tertinggi dicapai oleh indikator *Usefulness* dengan capaian nilai 5.08, kemudian diikuti oleh kategori *Usability* dengan mendapatkan nilai rata-rata 4.98, *Visual Aesthetic* dengan nilai rata-rata 4.75, *Status* dengan nilai rata-rata 3.47, serta yang terendah kategori *commitment* dengan nilai rata-rata 2.55. Berdasarkan hasil nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk kategori *Usefulness* ini, pengguna menilai aplikasi Pegipegi merupakan aplikasi yang memiliki tingkat kegunaan yang sangat tinggi karena nilai yang didapatkan hampir mencapai angka 7 yang merupakan nilai tertinggi dari penilaian. Sementara *usability* sendiri adalah aspek yang mengukur seberapa mudah produk digunakan, menurut hasil yang diperoleh pengguna menilai bahwa aplikasi Traveloka ini juga cukup mudah digunakan mengingat nilai yang dihasilkan juga tidak terpaut jauh dengan kategori *usefulness*. Kemudian dari segi *visual Aesthetic* pengguna sudah merasa puas dengan tampilan aplikasi Pegipegi. Dari segi Status dan Commitment dilihat dari perolehan hasil nilai yang dapat dikatakan

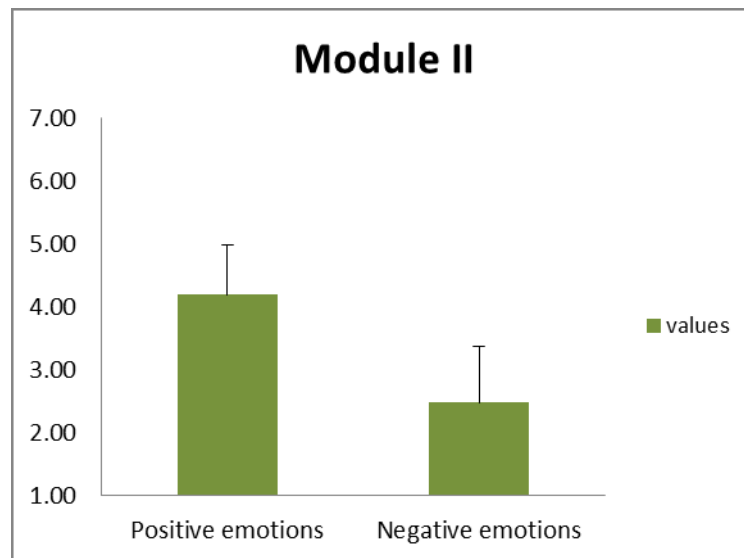
rendah karena dibawah angka 4 dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna tidak merasa bahwa dirinya dipandang berbeda ketika menggunakan produk tersebut, serta tidak terlalu membutuhkan produk tersebut dalam kehidupan mereka dikarenakan aplikasi ini tidak dibuat untuk membantu kehidupan sehari-hari.

B. Module II

Pada *Module II* terdapat 2 indikator yang terkait dengan *user emotions*. Berikut paparan dari nilai rata-rata setiap indikator pada *Module* ini.

1. *Positive Emotions* : 4.19
2. *Negative Emotions* : 2.48

Seluruh nilai tersebut direpresentasikan secara grafis melalui Gambar 5.6.



Gambar 5.6 Hasil Evaluasi Module II Aplikasi Pegipegi

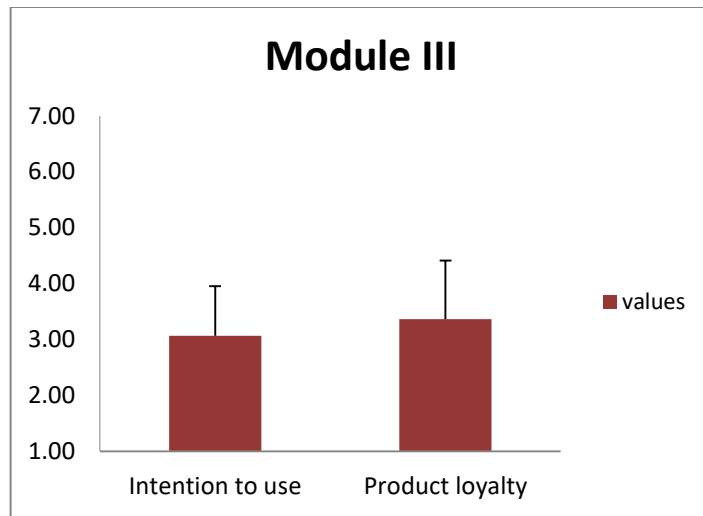
Hasil nilai rata-rata *Positive Emotions* yang mendapatkan nilai sebesar 4.19 menunjukkan bahwa pengguna memiliki perasaan positif saat menggunakan aplikasi Pegipegi. Disisi lain untuk perasaan negative emotion yang hanya mendapatkan nilai rata-rata 2.48 menunjukkan bahwa pengguna memiliki perasaan negatif yang kecil ketika menggunakan aplikasi ini.

C. Module III

Pada *Module III* terdapat 2 indikator yang terkait dengan *consequences of use*. Berikut paparan dari nilai rata-rata setiap indikator pada *Module* ini.

1. *Intention to use* : 3.07
2. *Product loyalty* : 3.37

Seluruh nilai tersebut direpresentasikan secara grafis melalui Gambar 5.3.

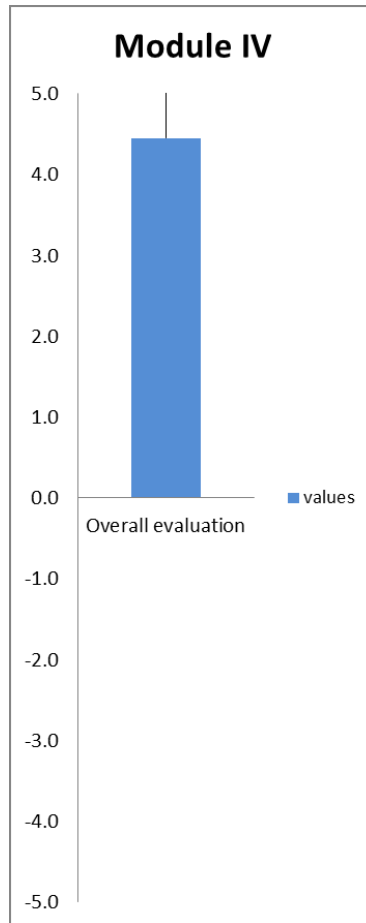


Gambar 5.7 Hasil Evaluasi Module III Aplikasi Pegipegi

Hasil rata-rata *Intention to use* yang mendapatkan nilai 3.17 menunjukkan bahwa pengguna Pegipegi memiliki intensitas penggunaan yang minim. Hal ini tidak jauh berbeda pada *Product Loyalty* pengguna memiliki loyalitas terhadap produk yang juga minim yang ditunjukkan dengan nilai yang didapatkan dibawah 4.

D. Modul IV

Module IV berkaitan dengan penilaian keseluruhan tentang produk aplikasi Pegipegi. Nilai rata-rata yang didapatkan untuk keseluruhan dari aplikasi Pegipegi sebesar 4.5. Nilai tersebut direpresentasikan secara grafis melalui Gambar 5.8.



Gambar 5.8 Hasil Evaluasi Module IV Aplikasi Pegipegi

Berdasarkan nilai pada Gambar 5.8, dapat disimpulkan bahwa aplikasi ini dinilai cukup memuaskan oleh pengguna karena hasil yang didapat mencapai nilai 4.5 yang cukup tinggi dalam penilaian ini.

5.3 Hasil Perbandingan Evaluasi

Berikut merupakan tabel yang merepresentasikan nilai perbandingan pada aplikasi Traveloka dan Pegipegi.

Tabel 5.1 Hasil Perbandingan Evaluasi

Indikator	Nilai	
	Aplikasi Traveloka	Aplikasi Pegipegi
<i>Usefulness</i>	5.90	5.08
<i>Usability</i>	5.62	4.98
<i>Visual Aesthetic</i>	5.20	4.75
<i>Status</i>	3.70	3.47
<i>Commitment</i>	3.12	3.37
<i>Positive Emotions</i>	4.88	4.19
<i>Negative Emotions</i>	2.49	2.48
<i>Intention to Use</i>	3.50	3.07
<i>Product Loyalty</i>	4.10	3.37
Keseluruhan	5.8	4.5

Pada Tabel 5.1 dapat terlihat bahwa pada indikator *Usefulness* terdapat perbedaan hasil yang cukup signifikan, pada aplikasi Traveloka mendapatkan nilai 5.90 sedangkan pada aplikasi Pegipegi mendapatkan nilai 5.08 dimana perbedaan yang dihasilkan sebesar 0.82 mendekati 1 tingkatan. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna merasa aplikasi Traveloka lebih berguna daripada aplikasi Pegipegi.

Pada indikator *Usability*, hasil yang didapatkan juga berbeda cukup signifikan yaitu Traveloka mendapatkan nilai 5.62 sedangkan aplikasi Pegipegi mendapatkan nilai 4.98 yang dimana rentang nilai yang didapatkan terpaut 0.66 meskipun tidak sebesar pada indikator *Usefulness* namun masih terpaut lebih dari 0.5 sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa pengguna merasa aplikasi Traveloka lebih mudah dioperasikan dibandingkan dengan aplikasi Pegipegi.

Pada indikator *Visual Aesthetic*, dihasilkan perbedaan terpaut 0.45 yaitu aplikasi Traveloka mendapatkan nilai 5.20 dan Pegipegi 4.75 yang dapat disimpulkan bahwa pengguna merasa bahwa kedua aplikasi ini memiliki tingkat tampilan yang hampir sama. Namun disini aplikasi Traveloka tetap mengungguli aplikasi Pegipegi.

Pada indikator *Status*, dihasilkan perbedaan yang hanya terpaut 0.03 yaitu pada aplikasi Traveloka mendapatkan nilai 3.70 dan aplikasi Pegipegi 3.47 sehingga dapat disimpulkan bahwa perasaan pengguna hampir sama ketika menggunakan kedua aplikasi tersebut. Namun ketika pengguna menggunakan aplikasi Traveloka statusnya lebih terlihat meningkat diantara lingkungan sekitarnya.

Pada indikator *Positive Emotions*, hasil yang didapatkan cukup signifikan yaitu terpaut sekitar 0.6 yaitu pada aplikasi Traveloka mendapatkan nilai 4.88 sedangkan untuk aplikasi Pegipegi mendapatkan nilai 4.19 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna merasa lebih memiliki emosi yang positif ketika menggunakan aplikasi Traveloka daripada Pegipegi. Sedangkan pada indikator *Negative Emotions* pada aplikasi traveloka mendapatkan nilai 2.49 sedangkan untuk aplikasi Pegipegi hanya 2.48 sehingga aplikasi traveloka lebih mendapatkan hasil yang kurang baik daripada aplikasi Pegipegi meskipun hanya terpaut sedikit.

Pada aplikasi *Intention to use*, aplikasi Traveloka mengungguli Pegipegi dengan nilai 3.50 sedangkan Pegipegi hanya mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3.07. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna lebih memilih aplikasi Traveloka daripada aplikasi Pegipegi. Sementara pada indikator *Product Loyalty*, lebih setia untuk menggunakan aplikasi Traveloka dibandingkan dengan Pegipegi, hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata yang didapatkan dalam penelitian ini aplikasi Traveloka mendapatkan nilai sebesar 4.10 sedangkan untuk aplikasi Pegipegi hanya mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3.37.

Sedangkan untuk nilai keseluruhan aplikasi, aplikasi Traveloka mengungguli aplikasi Pegipegi dengan nilai 5.80 berbeda cukup signifikan dengan aplikasi Pegipegi yang hanya mendapatkan 4.50 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna memberikan nilai yang lebih baik untuk Traveloka dalam keseluruhan aspek penilaian pada aplikasi.

BAB 6 PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis serta pembahasan yang didapatkan pada penelitian ini didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji validitas *pilot study* pada kuesioner meCUE versi Bahasa Indonesia pada aplikasi Traveloka menunjukkan bahwa tidak ada item yang tidak valid sehingga dapat dikatakan valid dan bisa untuk mengukur. Hal ini dibuktikan dengan hasil seluruh pernyataan memiliki nilai diatas rTabel yaitu 0.361 yang merupakan nilai minimum dari pernyataan apakah dianggap valid atau tidak.
2. Hasil pengujian reliabilitas dari seluruh pernyataan kuesioner terhadap aplikasi Traveloka dan Pegipegi adalah reliabel. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil seluruh pernyataan memiliki nilai tersebut 0.7 yang merupakan nilai minimum dari sebuah pernyataan apakah dianggap reliabel atau tidak.
3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, aplikasi Traveloka menurut pengguna memiliki penilaian *User Experience* jauh lebih baik dibandingkan dengan aplikasi Pegipegi pada seluruh indikator yang dinilai. Hasil penelitian yang didapatkan pada keseluruhan yang dimiliki aplikasi Traveloka menunjukkan angka 5.80 dimana angka tersebut lebih tinggi 1.3 atau satu tingkat lebih dibandingkan dengan aplikasi Pegipegi yang hanya memiliki nilai rata-rata 4.50 dalam penilaiannya.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini untuk penelitian selanjutnya adalah:

1. Peneliti berikutnya dapat mengambil sampel lebih banyak serta dengan latar belakang yang beragam untuk mendapatkan generalisasi hasil.
2. Pernyataan pernyataan yang tidak valid agar diujikan lagi agar dapat memberikan hasil yang lebih maksimal.
3. Peneliti berikutnya diharapkan untuk melakukan analisis serta evaluasi dengan objek yang berbeda agar dapat meningkatkan data dan informasi tentang meCUE kuesioner versi Bahasa Indonesia.
4. Analisis serta evaluasi yang dilakukan lebih mendalam dan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anestia, C., 2016. *Pengguna Mobile Lebih Suka Pakai Aplikasi Dibanding Browser*, s.l.: liputan6.com [Diakses tanggal : 13 November 2018].
- Dinisari, M. C., 2017. *Menginjak Usia ke 5 Tahun, Pegipegi Catat 2 Juta Pelanggan*, s.l.: industri.bisnis.com [Diakses tanggal : 12 September 2018].
- Ghozali, 2009. *Uji validitas dan reliabilitas*, jakarta: <http://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/> [Diakses tanggal : 12 September 2018].
- Minge, M., Thuring, M. & Wagner, I., 2016. Developing and Validating an English Version of the meCUE. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society 2016 Annual Meeting*, VII(VII), p. 6.
- Minge, M., Thuring, M., Wagner, I. & Kuhr, K. V., 2016. The meCUE Questionnaire. A Modular Tool for Measuring User Experience. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society 2016 Annual Meeting*, VII(VII), p. 12.
- Pegipegi, 2018. *About Pegipegi*, s.l.: pegipegi.com [Diakses tanggal : 12 Oktober 2018]. Playstore, 2018. *Pegipegi Hotel Kereta dan Pesawat*, Jakarta: Pegipegi.
- Statista, 2018. *The Statistic Portal*, s.l.: Statista.com [Diakses tanggal : 12 September 2018].
- Sugiyono, P. D., 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. 23 ed. Bandung: CV ALFABETA.
- Traveloka, 2018. *About Traveloka*, s.l.: Traveloka.com [Diakses tanggal : 12 September 2018].
- Wicaksono, S., 2018. *Setelah Kerjasama dengan Blue Bird, Traveloka Targetkan 60 Juta Pengguna di 2018*, s.l.: Phinemo.com [Diakses tanggal : 13 Oktober 2018].
2018. SPSS. Tersedia di: <<https://sbm.binus.ac.id/2018/01/31/spss/>> [Diakses 18 Agustus 2018]
- Aiken, L. R. (1980). *Content Validity and Reliability of Single Items or Questionnaires. Educational and Psychological Measurement*, 40, 955-959.
- Aiken, L. R. (1985). *Three Coefficients for Analyzing the Reliability, and Validity of Ratings. Educational and Psychological Measurement*, 45, 131-142.
- All About UX, 2017. *All About UX*. Tersedia di: <<http://www.allaboutux.org/ux-definitions>> [Diakses pada 2018].
- Hair, J.F., et al., 2010. *Multivariate data analysis*, Seventh Edition. New Jersey: Pearson Education Inc.

- Hassenzahl, M., 2013. *Interaction Design Foundation*. Tersedia di:
<<https://www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed/user-experience-and-experience-design>> [Diakses pada 2018].
- ISO9241-210, 2010. www.iso.org. Tersedia di:
<<https://www.iso.org/standard/52075.html>> [Diakses pada 2018].
- Kuhr, Carina. 2013. *Measuring the User Experience of Mobile Applications – an Empirical Validation of a Quantitative Method*.
- Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner. 2016. *Developing and Validating an English Version of the meCUE Questionnaire for Measuring User Experience*
- Michael Minge, Manfred Thüring, Ingmar Wagner, Carina V. Kuhr. 2016. *The meCUE Questionnaire. A Modular Tool for Measuring User Experience*.
- Nielsen, 2011. *Mobile phone penetration in Indonesia triples in five years*. Tersedia di:
<http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2011/mobile-phone-penetration-inindonesia-triples-in-five-years.html> [Diakses pada 2018]
- Nielsen J. 1993. *Usability Engineering*. Academic Press, Cambridge.
- Nielsen J. 2012. Usability 101: *Introduction to usability*. Alertbox. Tersedia di
<<http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>> [Diakses pada 2018].
- Nigel Bevan, UX, Usability and ISO Standards, 2018.
- Norman, D., 2016. *The Definition of User Experience (UX)*. Tersedia di:
<http://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/> [Diakses pada Agustus 2018].